

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Иванка Милкова Костова, професор в Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

на дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен „доктор“

по: **област на висше образование:** 3. Социални, стопански и правни науки

професионално направление: 3.8. Икономика

докторска програма: Маркетинг

Автор: Валерия Емилова Тончева.

Тема: ВЛИЯНИЕ НА ДУАЛНОТО ОБУЧЕНИЕ ВЪРХУ БРАНД ИМИДЖА НА ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ ГИМНАЗИИ

Научен ръководител: доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова – Станева, Пловдивски университет „Паисий Хилендарски

1. Общо описание на представените материали

Със заповед № РД-22-1102 от 13.05.2025г. на Ректора на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ (ПУ) съм определена за член на научното жури за осигуряване на процедура за защита на дисертационен труд на тема **ВЛИЯНИЕ НА ДУАЛНОТО ОБУЧЕНИЕ ВЪРХУ БРАНД ИМИДЖА НА ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ ГИМНАЗИИ** за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, докторска програма: Маркетинг. Автор на дисертационния труд е Валерия Емилова Тончева – докторантка в редовна форма на обучение към катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ с научен ръководител доц. д-р Теофана Димитрова – Станева от Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“, катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“.

Представеният от Валерия Тончева комплект материали на хартиен носител е в съответствие с Чл.36 (1) от Правилника за развитие на академичния състав на ПУ, включва следните документи:

- молба до Ректора на ПУ за разкриване на процедурата за защита на дисертационен труд;
- автобиография в европейски формат;
- протокол от катедрения съвет, свързан с докладване на готовността за откриване на процедурата и с предварително обсъждане на дисертационния труд;
- дисертационен труд;
- автореферат;
- списък на научните публикации по темата на дисертацията;
- копия на научните публикации;
- списък на забелязани цитирания;
- декларация за оригиналност и достоверност на приложените документи;

Докторантката е приложила три броя публикации.

2. Кратки биографични данни за докторанта

Валерия Тончева е родена на 01.04.1994 г.. Завършва бакалавърска степен по Международни икономически отношения в ПУ „Паисий Хилендарски“ през 2017 г. През 2019 г. завършва магистърска програма по Маркетинг в ПУ. От 2022 г. е редовен докторант в докторска програма по Маркетинг към катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ на ПУ „Паисий Хилендарски“. Владее английски и испански език. Работила е като телеагент, писмен преводач, експерт „Бизнес развитие и европейски политики“, участвала е в международни проекти като ръководител на местно ниво и координатор.

3. Актуалност на тематиката

По съдържание дисертационният труд третира изключително актуален проблем. Бранд имиджът в контекста на дПОО съвпада с корпоративния имидж на професионалната гимназия. Ефективното му управление предполага познаване на факторите, които му оказват положително или отрицателно влияние. За ефекта на един от тези фактори – дуалното обучение (или съчетаването на традиционно обучение в класната стая с учене в реална работна среда) в България понастоящем липсват налични емпирични данни. Това е сравнително нов подход, прилаган в държавата по-малко от десет години, но е един от главните фокуси за Министерството на образованието и науката, както и за множество училища.

България все още се намира на ранен етап на въвеждането на дПОО, правейки сравнение с напредналите държави като Германия и Австрия. Точно на този етап е от изключителна значимост ефектите на въвеждането на обучението на работното място в средното образование да бъдат изследвани. За училищата, които на практика са главния двигател за дуалното образование, е от особена важност да се проучи дали тази промяна в учебния процес оказва положително влияние върху бранд имиджа им и кои са аспектите на обучението, които оказват най-силно влияние върху възприятието за бранда от страна на потребителите.

При извършване на литературен обзор е установено наличие на малък брой проучвания на българската дуална система на обучение, значителна част от които са извършени от външни за България организации. В литературата не е разгледана маркетинговата страна на проблема с предлагане на дуално обучение и не са засегнати ефектите върху бранд имиджа на гимназиите.

Може да се заключи, че темата на дисертацията е много сполучливо избрана. Тя е изключително актуална, дисертабилна е и има голяма практическа значимост. Докторантката е обосновала много добре тази значимост и актуалност.

4. Познаване на проблема

Дисертационният труд анализира връзката между дуалното обучение и различни негови аспекти и бранд имиджа на професионалната гимназия, което да доведе до по-добро разбиране на реакцията на потребителя-ученик спрямо усилията на училището за подобряване на образователната услуга и да даде насоки за подобряване на имиджа, които могат да бъдат използвани от училища на национално ниво.

Проблемът на настоящото изследване е изведен ясно и категорично в уводната част. Представени са понятия и е предложен литературен преглед и анализ на публикации в изследваната от докторантката област. Посочена е същността на проблема, както и резултатите от решението му.

Считам, че е налице задълбочено познаване на изследователската проблематика.

5. Методика на изследването

Докторантката е избрала подходяща методология и изследователски инструментариум, който съответства на сложния, многомерен характер на изследването.

Поради установената липса на свързани с разглежданата проблематика данни е избрано провеждането на двуфазно проучване. Първа фаза представлява качествено изследване сред администрацията на училищата в област Пловдив, активно използващи метода на обучение чрез работа. Целта на това запитване е да събере информация относно политиките и мненията на ръководните кадри, управляващи бранда – училище и да даде база за изготвяне на въпросника, използван във фаза две – количествено изследване на мненията на учениците в дуални паралелки. Резултатите от двете изследвания предоставят отговори на въпросите поставени чрез хипотезите на дисертационния труд и показват какво е влиянието на дуалното обучение върху бранд имиджа на училище, което работи с метода.

Основните методи за регистриране на данните в съответствие със заложената двуфазна изследователска програма са: провеждане на неструктурирани дълбочинни интервюта и извършване на писмени допитвания на място в първичните единици. Обработката на данните е направена с помощта на софтуерните продукти – Excel, IBM SPSS V4, SmartPLS 4. Статистическият им анализ е реализиран посредством средствата на описателната статистика и методът Моделиране на структурни уравнения (Structural Equation Modeling – SEM).

6. Характеристика и оценка на дисертационния труд

Представеният дисертационен труд е в обем от 131 страници. В структурно отношение включва въведение, 3 глави, заключение, библиография и приложение. Резултатите са получени чрез съвременен инструментариум и са онагледени с подходящо подбрани 7 фигури и 17 таблици. Приложението представя анкетни карти.

В списъка на използваните литературни източници са посочени общо 168 източника, от които: 16 на български език и 152 на чужд език (147 на английски език, 3 на немски, 1 на индонезийски и 1 на френски език). Посочените литературни източници са актуални и пряко свързани с темата на дисертационния труд.

Във въведението на дисертационния труд са формулирани основната цел и пет логически обвързани задачи за нейното постигане. Коректно са определени обектът и предметът на изследването, както и основната цел на автора - да се установи връзката между дуалното обучение и различни негови аспекти и бранд имиджа на професионалната гимназия, което да доведе до по-добро разбиране на реакцията на потребителя – ученик спрямо усилията на училището за подобряване на образователната услуга и да даде насоки за подобряване на имиджа, които могат да бъдат използвани от училища на национално ниво.

В първа глава на дисертацията е направен литературен преглед, дефинирани са ключови понятия в сферата на бранд мениджмънта, и е представен набор от фактори, оказващи влияние върху бранд имиджа на професионалното училище. Представена е дуалната система на обучение и е изготвен сравнителен анализ на нейното прилагане в България, Германия и Австрия.

Втората глава разглежда предишни изследвания върху бранд имиджа на образователни институции, на чиято основа е разработена двуфазна методология за изслед-

ване. Формулирани са четири хипотези и е изграден инструментариум за изследване на бранд имиджа в контекста на дПОО у нас.

В трета глава са анализирани резултатите от двете фази на емпиричното проучване. Първата осигурява информация от ръководни кадри в гимназиите, а втората – тества влиянието на избрани фактори върху имиджа на училището. Три от четирите хипотези са потвърдени, като силно въздействие върху бранд имиджа имат: възприеманото качество на образователната услуга, нагласите към дуалното обучение и бранд асоциациите.

Заклучителната част от изследването обобщава коректно направените изследвания, като обвързва основните получени резултати с поставените задачи и дефинирани хипотези. Освен като основа за бъдещи изследвания, изведените зависимости много точно са отнесени към основната цел на изследването, което придава логическа завършеност на дисертационния труд.

Задачите са изпълнени в хода на изследването, а формулираната изследователска теза е доказана. Структурата на дисертационното изследване е логически построена и съответства на поставената цел и задачи.

В теоретичната част на дисертационното изследване:

Докторантката е извършила сериозен литературен обзор. Представени, анализирани и систематизирани са както традиционните, така също и съвременните теории и концепции, разкриващи същността на изследваните понятия. Направените систематизации и обобщения показват задълбоченост и добросъвестна работа с литературните източници, умения за приложение на аналитични техники за обработка на значителен обем информация с различни изследователски методики. Коректно са изведени всички цитирания и коментари на автора, което улеснява справките по цитираните източници. Участието на автора в дискусиите по изследваните проблеми е активно и отразява умения да се изразява собствено критично мислене и да се формулират нови изводи и констатации.

Давам много висока оценка на литературния обзор, използваната методология, както и по отношение на изпълнението на поставените задачи за постигането на изследователската цел.

В приложната част на дисертационното изследване:

Докторантката напълно коректно, прилага предложената във втора глава методика за провеждане на емпиричното изследване. Резултатите от проведеното приложно изследване: анкетни проучвания са представени на едно добро ниво с достатъчен по обем, обхват и съдържание доказателствен и аналитичен материал.

Трудът съдържа конкретни резултати и емпирични доказателства, които обективно отразяват реалните постижения на проведеното научно изследване.

Представеният дисертационен труд е цялостно, завършено изследване по актуален и значим общественоекономически проблем. Оценявам високо формулираните изводи, както и направените конкретни препоръки.

7. Приноси и значимост на разработката за науката и практиката

Приемам справката за научните приноси на кандидата.

1. Теоретичен – доразвиване и обогатяване на съществуващото научно познание в областта на бранд имиджа на образователните институции, предлагащи и провеждащи дПОО.
2. Методичен – разработена е и е апробирана методика за провеждане на двуфазно изследване на факторите, влияещи върху бранд имиджа на професионалната гимназия. За целта е изготвен критичен анализ и оригинална интерпретация на

съществуващата литература в сферата на бранд имиджа на учебните заведения, както и сравнителен анализ на образователната система в България, Германия и Австрия.

3. Практико-приложен – резултатите от проведеното изследване и изведените препоръки могат да послужат за подобряване на имиджа на средното професионално училище в България.

Приносните постижения считам за лично дело на докторанта. Изводите и предложенията в дисертационния труд представят Валерия Тончева като ерудиран изследовател с добра теоретична подготовка, с възможности за творчески обобщения и формулиране на решения за практиката

8. Преценка на публикациите по дисертационния труд

Представени са общо 3 публикации, посветени на дисертационния труд, публикувани в престижни издания от участия в международни научни форуми и конференции. Постигнатият общ брой точки е 30, при минимално изискуеми 30 точки, съгласно минималните национални критерии. Като обем и качество те съответстват на изискванията за придобиване на ОНС „доктор“. Приемам всички публикации като пряко свързани с дисертационния труд. В тях са обобщени и публикувани съществени проблеми и резултати от изследванията в дисертационния труд.

9. Лично участие на докторантката

Нямам съмнения относно личната заслуга на докторантката за постигнатите приноси и резултати. Те са лично дело на докторанта.

10. Автореферат

Представеният автореферат на дисертационния труд е в обем от 32 страници. В него са отразени целите и задачите на изследването, акцентите на отделните глави на дисертационния труд, както и приносите на автора. Авторефератът е разработен в съответствие с изискванията за изготвянето му и отразява основните резултати и приноси на дисертационния труд.

11. Критични бележки и препоръки

Дисертацията е отлично онагледена, ясно очертани приноси с потенциал за развитие.

Нямам съществени критични бележки към дисертационното изследване.

Предвид актуалността и значимостта на научното изследване, препоръчвам на докторантката в бъдеще да го доразвие в монографичен труд и да публикува резултатите в световните база данни Scopus и WoS.

12. Лични впечатления

Личните ми впечатления от Валерия Тончева са: високо интелигентен, образован и амбициозен млад човек, което професионалният път и настоящият труд красноречиво потвърждават.

13. Препоръки за бъдещо използване на дисертационните приноси и резултати

Изследването постига поставените цели и задачи, а направените изводи дават основа за конкретни препоръки за подобряване на имиджа на професионалните гимназии, предлагащи дПОО. Настоящото изследване поставя важна основа за бъдещи научни изследвания и практически стъпки в управлението на бранд имиджа в сферата на професионалното образование. Развитието на дуалния модел на обучение в България изисква не само институционална подкрепа, но и стратегически подход към изграждане на положителен обществен образ на тези учебните заведения, който отразява тяхната роля като връзка между образованието и трудовата заетост.

Заинтересовани страни от изследването могат да бъдат образователни и учебни организации за целите на професионалната подготовка, организации от неправителствения сектор, органите на държавната и регионална власт.

Считам, че резултатите от дисертационното изследване са с висока степен на практическа приложимост.

Възможни посоки за допълнително проучване включват:

1. Разширяване на сравнителния анализ на образователните системи (Глава I), като се обхванат всички страни с дуално обучение и се изследва как методът е адаптиран спрямо местната икономическа среда.

2. Допълнителни изследвания върху бранд имиджа на професионалните гимназии (Глава III), включително:

- Провеждане на дълбочинни интервюта с учениците от целевата група за потвърждаване на резултатите;
- Разширяване на анкетата на национално ниво за по-голяма представителност;
- Сравнение с мнения на учащи от други страни за оценка на ефективността на различни образователни системи;
- Включване на гледни точки от всички заинтересовани страни - бизнес, родители, експерти и др.;
- Провеждане на периодични изследвания за проследяване на тенденциите и влиянието на промени в системата върху имиджа на гимназиите.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дисертационният труд съдържа научни, научно-приложни и приложни резултати, които представляват оригинален принос в науката и отговарят на всички изисквания на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и съответния Правилник на ПУ „Павел Хилендарски“.

Дисертационният труд показва, че докторантката Валерия Емилова Тончева притежава задълбочени теоретични знания и професионални умения по научна специалност маркетинг като демонстрира качества и умения за самостоятелно провеждане на научно изследване.

Поради гореизложеното, убедено давам своята **положителна оценка** за проведеното изследване, представено от рецензираните по-горе дисертационен труд, автореферат, постигнати резултати и приноси, и предлагам на почитаемото научно жури да присъди образователната и научна степен „доктор“ на Валерия Емилова Тончева в област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8.Икономика, докторска програма: Маркетинг.

05. 2025 г.

Изготвил рецензията:

проф. д-р Иванка Костова

