

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Красимир Маринов Маринов
Университет за национално и световно стопанство - София

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

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 Димитрова-Станева**

1. Общо описание на представените материали

Със заповед № РД-22-1102 от 13.05.2025 г. на Ректора на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ (ПУ) съм определен 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 – докторант 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“.

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;
- декларация за оригиналност и достоверност на приложените документи;
- справка за изпълнение на минималните национални изисквания.

Докторантът е приложил 3 публикации (1 бр. статия, част от колективна монография, публикувана; 2 бр. доклади в редактирани колективни томове, приети за печат) и дисертационен труд. Съгласно Справката за изпълнение на минималните национални изисквания докторантът покрива определения минимум от 80 точки.

2. Кратки биографични данни за докторанта

Валерия Тончева се е обучавала по докторска програма Маркетинг, професионално направление 3.8. Икономика, към Катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ на Факултета по икономически и социални науки на Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“ съгласно Заповед на Ректора на ПУ №РД-21-267 от 03.02.2022 г. Обучението е осъществено в редовна форма.

Докторантът завършва висшето си образование в Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“, където последователно получава бакалавърска степен по „Международни икономически отношения“ и магистърска степен по „Маркетинг“.

Професионалното развитие на Валерия Тончева е свързано с Община Пловдив, като прави впечатление постепенното разширяване на поеманите от нея отговорности. Тя е била последователно координатор на международен проект, финансиран по Седма рамкова програма на ЕК; координатор на проект по Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“; ръководител на проект по Програма „Околна среда“ с бенефициент Община Пловдив.

Валерия владее английски и испански език.

3. Актуалност на тематиката и целесъобразност на поставените цели и задачи

Актуалността на темата и значимостта на изследването без съмнение са налице.

От една страна, изследванията на различни страни на бранда, в т.ч. бранд имиджа, в различни страни и в различни отрасли са все по-популярни поради ролята и значението, което брандовете и брандингът имат за маркетинга, и в по-общ план за постигане на целите на фирмите. Управлението на брандовете е сложен и многоаспектен процес, в който се преплитат интересите на всички вътрешни и външни за фирмата аудитории. Не на последно място, изследването на бранд имиджа е актуално както при комерческите организации, върху които обикновено се фокусират бранд изследванията, но и при нетърговските организации, в т.ч. обществените образователни институции, които също имат своите предизвикателства в постигането на маркетинговите си цели.

Едновременно с това, от друга страна, дуалното образование и обучение е сред приоритетните области при управлението на средното образование в страната. Става дума за форма на обучение в професионалните гимназии, чието значение е много по-широко от това по какъв учебен план се преподава, и какво точно трябва да придобият учениците като знания, умения и компетентности в края на средното си образование. Дуалното обучение има своето отражение върху по-широк кръг обществени проблеми, сред които са партньорството между образователни институции и бизнес; равнището и структурата на младежката безработица в страната; адекватността на знанията и уменията на учениците да се включат пълноценно в съвременната икономика на знанието, доминирана от процеси на дигитална трансформация и растяща роля на изкуствения интелект при оформянето на потребностите от човешки ресурси; и т.н.

Предвид казаното по-горе, може да се обобщи, че разработването на методика за емпирично изследване на бранд имиджа на образователните институции, предоставящи дуално професионално обучение и образование, и разработването на препоръки към тези институции за подобряване на техния бранд имидж, са актуални и значими за нашата страна изследователски задачи.

4. Познаване на проблема

Представеният дисертационен труд свидетелства за отличното познаване на проблема от страна на докторанта. В подкрепа на това могат да бъдат приведени следните доказателства:

Първо, трудът съдържа задълбочен и изчерпателен литературен обзор по предметната област на изследването (стр. 8-39). Проучените от автора предходни публикации обхващат и двата аспекта на изследователския проблем – управлението на бранд имиджа на професионалните гимназии; и дуалното обучение като фактор, въздействащ върху формирането на бранд имидж. При представянето на равнището на разработеност на проблема са отчетени както изследвания от България – изключително малко на брой, но съща така и изследвания от други страни и различни образователни системи.

Второ, трудът се основава на проучване на 168 литературни източника (стр. 112-127). По своя обем тази библиография напълно покрива това, което се изисква от подобен род научни съчинения. Използваната литература е релевантна на темата, обекта и предмета на изследване. Във времева перспектива, докторантът е отразил актуалните достижения в изследваната тематична област.

Трето, при обосновката на методологическия си подход, авторът специално е обосновал конструктите, които ще адаптира и използва, като добросъвестно е посочил източниците, от които е взимал използваните конструкции (стр. 40-47).

Четвърто, отличното познаване на състоянието на проблема намира израз в способността на докторанта не само правилно да подбере какво да изследва и анализира, но и в това да формулира адекватни изводи и заключения на основата на установеното в литературния обзор или при обработката на резултатите от емпиричното изследване.

5. Методика на изследването

За да изследва въздействието на дуалното обучение върху бранд имиджа на средните професионални училища, авторът е възприел двуфазна изследователска програма. Първата фаза включва качествено изследване, проведено сред директори и зам.-директори на гимназии, предлагащи дуално обучение. Тази фаза има за цел да проучи дълбочинно мненията относно процеса на дуално обучение; проблемите при прилагането на този метод; плановете за неговото развитие, действията, предприети за изграждане и подобряване на неговия бранд имидж; и факторите, които имат предполагаемо въздействие върху имиджа в очите на потребителите – учениците в професионалните гимназии.

Втората фаза представлява количествено изследване, което има за цел да се установят нагласите и отношението на учениците в дуална форма на обучение относно набора от фактори, влияещи върху бранд имиджа на професионалната гимназия.

Прилагането на описаната двуфазна изследователска програма предоставя на автора възможност да анализира мненията на двете основни страни в процеса на образователен брандинг – потребителите (обучаемите в гимназиите) и създателите или проводниците на бранд имиджа (ръководителите на учебните заведения), и по този начин да получи по-пълна представа за ефектите от прилагането на дуално професионално обучение. Избраният подход позволява постигане на поставената от автора цел и получаване на адекватен отговор на изследователските задачи.

6. Характеристика и оценка на дисертационния труд

Настоящият дисертационният труд съдържа въведение, три глави, заключение, декларация за оригиналност на резултати и приноси, библиография и приложение. Общият обем на труда е 132 страници.

Методическата рамка на труда е добре изградена. Обектът и предметът на изследване са правилно формулирани и съответстват на съдържанието в работата изследване. Обект на изследване са професионалните гимназии в област Пловдив, които предлагат дуално обучение на своите ученици. Предмет на изследване е бранд имиджът на професионалните гимназии чрез обхващане на мнението на потребителите на образователната услуга (учениците, обучавани чрез работа) и създателите на корпоративния имидж (ръководните кадри на училищата).

Формулировката на целта – да се установи ролята и степента на влияние на нагласите към дуалното обучение върху бранд имиджа на професионалните гимназии – е прецизна и адекватна на избраните обект и предмет на изследването. Формулираната по-горе цел дисертантът преобразува в обоснован комплекс от пет изследователски задачи, които са логически подредени и ясно формулирани. Те са достатъчно конкретни; изпълнението им позволява да се постигне поставената цел; и насочват изследването в правилна посока.

Воден от отбелязаните по-горе обект и предмет на изследване, и имайки предвид целта, която си е поставил, дисертантът формулира четири изследователски хипотези относно съществуването на статистически значима връзка между изведени от предишни проучвания фактори и бранд имиджа на професионалната гимназия. Тези хипотези фокусират изследването и позволяват на автора да оцени въздействието на въпросните фактори.

Структурата на представения труд отразява логическата пълнота на изследването и е израз на съществуващите връзки и зависимости между елементите на изложението - както между отделните глави, така и между точките в тях. Логическата подредба на главите дава

възможност на автора да си задава точните въпроси към изследователския проблем и да прави коректни обобщения относно използването на риторичните фигури в рекламни слогани. Стилът и езикът на докторанта се отличават с научност, като в същото време са разбираеми и ясни.

В първата глава на работата е направен преглед на литературата по разглеждания проблем и са изведени обобщения по отношение на бранд имиджа в контекста на професионалната гимназия, както и относно факторите, оказващи влияние върху него. Изводите и заключенията на дисертанта се разполагат в няколко посоки.

Първо, научен резултат в тази част на работата е заключението, че в контекста на училищата брандът включва не само наименованието на институцията, логото и слогана, но също така материално-техническата и информационна база, учителския състав, използваните методи на обучение, качеството на административното обслужване, както и обещанието за бъдеща професионална реализация на възпитаниците. Друга специфика на бранд мениджмънта на образователната институция е наличието на многообразни заинтересовани страни – обучаващите се деца, но и кандидат-гимназистите, родителите на настоящите и потенциалните ученици, представителите на бизнесите, които са евентуални партньори на институцията, учителите, и др.

Второ, научен резултат на дисертацията е и описанието на факторите, влияещи върху формиране на бранд имидж. На базата на направения литературен обзор са систематизирани десет фактора за формиране на бранд имидж: бранд асоциации, възприемано качество, удовлетвореност от бранда, лоялност към бранда, доверие в бранда, нагласи към бранда, известност на бранда, любов към бранда, преживяване с бранда, участие в бранд общности в социални медии.

Трето, резултат в тази част на изследването е и анализът на дуалното обучение в България и сравнението му с обучението, осъществявано в страни с традиции и доказани резултати от този тип обучение, каквито са Германия и Австрия.

Това, което може да се обобщи за тази част на изследването е, че е достатъчно задълбочена; изчерпателна, но без да е претрупана; намерен е тънкия баланс между това, което да се каже, и това, което да се спести на читателя. Като цяло текстът се чете леко и е разбираем. Особено важно е, че в изложението се открива отношението и оценката на докторанта. В текста не просто са възпроизведени мненията на изследователите, работили по изследвания проблем, а те са класифицирани и осмислени; показано е как написаното от тях се съотнася с това, което авторът мисли и защитава.

Във втората глава е обоснована методиката на изследването, като са представени структурата и целите на проучването, формулираните от автора хипотези, обосновка на типа на изследователската програма и използваните методи, подготовката и провеждането на същинското набиране на първични данни.

На първо място, дисертантът е аргументирал необходимостта от прилагане на двуфазна изследователска програма, чиито елементи бяха представени по-горе.

На второ място, научно-приложен резултат на тази част е разработването на въпросници - както за първата фаза, формулативната изследователска програма, така и за втората част - дескриптивната изследователска програма. Ръководството за провеждане на дълбочинните интервюта е съставено от 10 въпроса, имащи за цел да се установи цялостната картина на дуалното обучение, така както я виждат ръководителите на училищата. Въпросникът за количественото изследване включва 56 твърдения, с които се измерват адаптираните от предишни публикации пет конструкта.

На трето място, в тази част са обосновани моделите и обемите на извадките от двете фази на изследователската програма.

Третата глава съдържа анализ на резултатите от емпиричното проучване. Въз основа на качествено проучване авторът достига до редица заключения относно трудностите при осъществяването на дуалното обучение; маркетинговите стратегии на училищата; периодичното оценяване на имиджа на професионалното образование; и т.н. Количественото изследване е използвано за оценка на взаимовръзките между изследваните променливи и конструкти. За целта е приложен методът Моделиране на структурни уравнения. Направени са оценки на измервателния модел и на структурния модел като компоненти на Моделирането на структурни уравнения. На база на резултатите от количественото проучване са потвърдени три и е отхвърлена една от четирите издигнати хипотези.

Всичко отбелязано по-горе относно характеристиката и резултатите на дисертационния труд ми дава основание да заключа, че поставените задачи са изпълнени, а с това е постигната и целта на дисертационния труд.

7. Приноси и значимост на разработката за науката и практиката

В автореферата дисертантът е формулирал три приноса, а именно:

Първо, доразвиване и обогатяване на съществуващото научно познание в областта на бранд имиджа на образователните институции, предлагащи и провеждащи дуално обучение и образование.

Второ, разработена е и е апробирана методика за провеждане на двуфазно изследване на факторите, влияещи върху бранда 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.

Трето, резултатите от проведеното изследване и изведените препоръки могат да послужат за подобряване на имиджа на средното професионално училище в България.

Приемам и трите заявени приноса за налични и безспорно съществуващи. Положително впечатление прави начинът, по който те са формулирани - стегнато, обрано, и едновременно с това – прецизно.

8. Преценка на публикациите по дисертационния труд

Докторантът е представил 3 публикации. Първата от тях - *The case of Plovdiv Municipality* - е публикувана през 2022 г. като част от колективна монография, представяща резултатите от научен проект. Втората и третата публикации - *The Influence of Dual Education on the Brand Image of Vocational High Schools* и *Issues and opportunities for dual vocational education in the secondary schools of Bulgaria, Germany and Austria - a comparative analysis* – са приети за печат и са доклади в международна научна конференция, организирана от Пловдивски университет.

Всички публикации са по темата на дисертационния труд и представят пред научната общественост съществени резултати, постигнати с него. Количеството и типът на публикациите са достатъчни, за да бъдат покрити минималните национални изисквания за придобиване на ОНС „доктор“.

9. Лично участие на докторанта

Рецензентът приема, че получените резултати и формулираните приноси в научната продукция, които докторантът е представил в процедурата за защита, са оригинални и не са заимствани от изследвания и публикации, в които докторантът няма участие.

10. Автореферат

Авторефератът е с обем от 32 страници. Той съдържа всички необходими елементи – обект и предмет на изследването; цел и задачи на дисертационния труд; съдържание на изследването; справка на приносите и списък на представените публикации. Авторефератът отразява пълно и адекватно съдържанието на дисертационния труд. Написан е ясно и според изискванията на Пловдивския университет.

11. Критични забележки и препоръки

Нямам бележки и препоръки към представения дисертационния труд.

Имам препоръка към докторанта - да продължи проучванията си по маркетингови проблеми на българската образователна система, в частност на средното образование в България, тъй като това е важна, но неизследвана област.

Имам и въпрос, на който докторантът да отговори по време на защитата: Какво е обяснението на докторанта за отхвърлянето на втората хипотеза (H2), която предполага значима връзка между удовлетвореност от бранда и бранд имиджа на професионалната гимназия?

12. Лични впечатления

Нямам лични впечатления от докторанта. Представеният дисертационен труд ми дава основания да смятам, че Валерия Тончева е изследовател с изградени умения за провеждане на самостоятелно научно дирене на високо равнище.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представеният дисертационен труд е самостоятелно проведено научно изследване с ясно открити резултати и научно-приложни приноси, съответстващо на изискванията към подобен научен труд, формулирани в Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за прилагане на ЗРАСРБ, и съответния Правилник на ПУ „Паисий Хилендарски“.

Дисертационният труд показва, че докторант Валерия Тончева притежава задълбочени теоретични знания и професионални умения по научна специалност „3.8. Икономика“, 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 **препоръчвам на научното жури да присъди на Валерия Емилова Тончева образователната и научна степен „Доктор“ в област на висше образование „3. Социални, стопански и правни науки“; професионално направление „3.8. Икономика“, докторска програма „Маркетинг“.**

Аз самият ще гласувам убедено със „За“.

25.05.2025 г.

Рецензент:

проф. д-р Красимир Маринов