

РЕЦЕНЗИЯ

от

Проф. д-р Свободка Генчева Класова
УНСС, катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“
Научна специалност: Маркетинг (Ценова политика)

относно материалите, представени за участие в конкурс

за заемане на академичната длъжност **„професор“**
в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“

по: област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг)

В конкурса за „професор“, обявен в Държавен вестник, бр. 96 от 11.11.2025 г., и в интернет страницата на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ за нуждите на катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ към Факултет по икономически и социални науки“, като кандидат участва доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова-Станева от ПУ „Паисий Хилендарски“.

1. Общо представяне на получените материали

Със заповед № РД 22-44 от 09.01.2026 г. на ректора на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ (ПУ) съм определена за член на научното жури в конкурс за заемане на академичната длъжност „професор“ в ПУ по област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг), обявен за нуждите на катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ към Факултет по икономически и социални науки“.

За участие в обявения конкурс е подал документи единствен кандидат доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова-Станева, Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“, Факултет по икономически и социални науки, Катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“.

Представеният от доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова комплект материали на хартиен носител е в съответствие с Правилника за развитие на академичния състав на ПУ и включва следните документи:

- молба по образец до Ректора на ПУ;
- автобиография в европейски формат;
- дипломи за ОКС магистър и за ОНС доктор;
- диплома за академична длъжност доцент;
- списък на научните трудове;
- публикации;
- минимални национални изисквания;
- декларация за оригиналност и достоверност на приложените документи;
- анотации на научните трудове;
- самооценка на приносите;
- списък на цитиранията;
- разделителни протоколи;
- удостоверение за трудов стаж;
- учебна работа;
- научноизследователска дейност;
- документи допълнителни изисквания на ФИСН;
- други документи – преминати обучения, експертна дейност.

В списъка с публикации на доц. д-р Теофана Димитрова са показани общо 65 заглавия, от които 4 за придобиване на образователна и научна степен „доктор“; 26 за заемане на академичната длъжност „доцент“ и 35 за заемане на академичната длъжност „професор“.

Публикациите за заемане на академичната длъжност „професор“ са върху 1245 страници и са разпределени по видове, както следва: 1 хабилитационен труд – монография; 2 публикувани монографии, които не са представени като основен хабилитационен труд; 1 публикувана книга на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен "доктор"; 12 студии, от които 8 в Scopus и Web of Science и 4 публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове; 5 статии и доклади в Scopus и Web of Science; 9 статии и 4 доклада, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове и 1 публикуван университетски учебник.

В структурата на научната продукция на доц. д-р Теофана Димитрова преобладават заглавията на разработките в съавторство. Те са двадесет и седем, като в петнадесет от публикациите в съавторство (57,69%) кандидатът участва като първи автор. Заглавията на самостоятелните публикации са осем, но като страници те имат голям относителен дял (близо 50%). Двадесет и три от научните трудове (65,71%) са на английски език и дванадесет (34,29%) на български език.

Показаните в материалите по конкурса 35 научни трудове се приемат за оценка без изключение, тъй като са по проблематиката на същия и не дублират публикации по докторската и първата хабилитация на кандидата.

Документите във вид на служебни бележки, сертификати, разделителни протоколи, доказателства за публикациите по Scopus и Web of Science и други са представени коректно.

Перфектно изложената документация по конкурса свидетелства за прецизност и отговорност на кандидата за професор, което се потвърждава след детайлно запознаване със съдържанието на документите.

2. Кратки биографични данни на кандидата

Доц. д-р Теофана Димитрова има придобита ОКС „бакалавър“ по „Маркетинг“ и ОКС „магистър“ по „Корпоративни финанси“ в Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“ (2002 – 2004 г.). От 2013 г. е доктор по програма „Икономика и управление (индустрия)“ в същия университет. Съчетаването на маркетинговите познания със знания от други области на икономиката се оказва особено полезно за преподавателската и научноизследователска дейност на доц. Димитрова. През 2014 г. кандидатът за професор получава академичната длъжност доцент по ПН 3.8. Икономика (Маркетинг).

От 2003 г. до 2004 г. доц. д-р Теофана Димитрова е регионален представител на фирма „Абагар финанс“ АД, а от 2005 г. и досега е преподавател в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“, Факултет по икономически и социални науки, Катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“. В периода 2015 г. – 2023 г. е ръководител на катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“. От 2019 г. и до днес е независим експерт в Националната агенция по оценяване и акредитация. Член е на Съюза на икономистите и на Съюза на учените в България.

Прави впечатление непрекъснатият стремеж на кандидата за професор да надгражда компетентностите си чрез участие в различни форми на обучение по управленски, в частност маркетингови проблеми. Преминала е обучение за работа с StrikePlagiarism (Проверка на плагиатство); обучение на тема „Усъвършенстване на дигитални умения“; обучение на тема „Дигитална психология“. Взела е участие: в обучение, посветено на търговски марки и промишлени дизайни; в обучение за „Основен и вътрешни одитори ISO 9001/2015“ и в обучение на тема „Изкуствен интелект в образованието“. Не е за пренебрегване и фактът, че доц. д-р Димитрова е изследовател с идентификатор в Web of Science Researcher и Scopus, което дава възможност за популяризиране на нейните изследвания не само у нас, но и в чужбина. Регистрацията ѝ в ORCID също действа в тази посока.

Биографичните данни на доц. Димитрова илюстрират натрупания от нея преподавателски, изследователски и професионален опит, както и стремежът ѝ към непрекъснато усъвършенстване. Кандидатурата на доц. д-р Теофана Димитрова за заемане на следващата академична длъжност (професор в областта на обявения конкурс) е напълно основателна.

3. Обща характеристика на дейността на кандидата

Оценка на учебно-педагогическата дейност и на подготовката на кандидата

Широк е спектърът от дисциплини, по които доц. д-р Димитрова води и е водила учебни занятия в ОКС „бакалавър“ и ОКС „магистър“. Такива са курсовете по „Маркетинг“, „Маркетингов мениджмънт“, „Бранд мениджмънт“, „Маркетингови изследвания“, „Маркетинг на индустриалния пазар“, „Управление на продажбите“, които отговарят тематично на научната област на конкурса.

Отчетената аудиторна заетост на доц. Димитрова за периода 2020/2021 – 2024/2025 уч. г. възлиза на общо 2266 часа упражнения в ОКС „бакалавър“. Изпълнението на заетостта за всяка от посочените учебни години надвишава приетия норматив от 300 ч. за щатни преподаватели на Пловдивския университет. За учебната 2025/2026 уч.г. планираната заетост също е над норматива. Тя е 512 часа упражнения по дисциплините „Маркетинг“ и „Маркетингов мениджмънт“, включени в учебните планове на ОКС „бакалавър“ редовно и задочно обучение за различни специалности във ФИСН, Филологическия и Химическия факултети при ПУ „П. Хилендарски“.

Съответно на голямата аудиторна заетост е значителната извънаудиторна заетост на кандидата за професор, която свидетелства за активната му работа със студенти, дипломанти и докторанти. Тя се изразява в консултации и проверка на курсови проекти; участие в комисии за държавен изпит и в изпитни комисии по конкурси за докторанти; възлагане на писмени задачи за самоподготовка на студентите и контрол по тяхното изпълнение. Провежданото от доц. Димитрова обучение се отличава с иновативност и дискуссионен характер. Студентите я уважават не само заради теоретичните ѝ познания, но и заради способността ѝ да разкрива практическата значимост и приложение на преподаваната проблематика.

Доц. Димитрова е била избрана за научен ръководител на трима докторанти. Единият от тях успешно е защитил дисертационния си труд и е получил образователната и научна степен „доктор“, с което е изпълнено едно от допълнителните изисквания на ФИСН за заемане на академичната длъжност „професор“. Другите двама докторанта са отчислени с право на защита.

Доц. д-р Теофана Димитрова е публикувала един учебник „Маркетингов мениджмънт“ и едно учебно помагало „Маркетинг (тезиси, задачи, казуси, тестове)“. Учебникът „Маркетингов мениджмънт“ е предназначен да подпомогне обучението на студентите от ОКС „бакалавър“ по специалностите „Маркетинг“ и „Бизнес мениджмънт“ в четвърти курс на ФИСН при ПУ „П. Хилендарски“. Той включва основни понятия и дефиниции, въпроси за дискусия и примерни изпитни тестове и предоставя базови знания за същността на понятията маркетинг, мениджмънт и маркетингов мениджмънт. В учебника са разгледани и основните аналитични инструменти и техники в помощ на маркетинговия мениджър.

С този учебник и учебното помагало доц. д-р Теофана Димитрова е осигурила нужната информационна обезпеченост на изучаваните и преподавани от нея дисциплини.

Творческата активност на кандидата за професор се проявява при подготвянето на три лекционни курса: „Маркетингов мениджмънт“ и „Маркетингови изследвания“ за ОКС „бакалавър“ и „Бранд мениджмънт“ за ОКС „магистър“ с разработени съответни учебни програми. Ръководител е на 2 магистърски програми във ФИСН при ПУ „П. Хилендарски“: „Маркетинг“ (преустановена) и „Маркетинг и продажби“ (действаща).

Оценявам категорично, че учебно преподавателската дейност на доц. д-р Теофана Димитрова свидетелства за акумулиран преподавателски опит и рутина, за висока

степен на подготвеност за заемане на академичната длъжност „професор“ по исканата специалност.

Оценка на научната и научноприложната дейност на кандидата

В приетата за рецензиране научна продукция на доц. д-р Теофана Димитрова могат да се открият няколко направления, които са в областта на маркетинга: устойчиво потребителско поведение; маркетинг в сектора на висшето образование; образователен брандинг; маркетингово управление в различни сектори.

Като се има предвид всеобхватният маркетинг, маркирането на посочените направления не е абсолютно, тъй като по предмет те са взаимно обусловящи се и присъстват едновременно в почти всички от научните трудове на кандидата.

По важните научни и научно приложни резултати се откриват в съдържанието на публикациите, което се коментира накратко по направления в следната последователност:

➤ Устойчиво потребителско поведение (Публикации: 1, 9, 13, 24)

Преценка на монографията

Монографията на кандидата, представена като хабилитационен труд, заслужава висока оценка. Издадена е на английски език със заглавие „Sustainable consumer behavior: From global evidence to local insights among Generation Z in Bulgaria“. Посветена е на изключително актуалната тема за нашето съвремие – устойчивото потребителско поведение (УПП) в контекста на връзката му с новите модели на потребление на поколението Z в България в условията на задълбочаващи се глобални екологични предизвикателства. Въпреки че множество изследвания разглеждат въпросите на устойчивостта в различни държави, дейностите в тази ключова област в България са силно ограничени, а интегрирани изследвания по темата практически липсват. Затова решението на автора да изходи от глобални данни и да премине през местни наблюдения сред поколението Z в България, е естествено и разумно.

Темата е маркетингово ориентирана, защото от една страна, маркетингът влияе върху избора на потребителите. От друга страна, нарастващото търсене на устойчиви продукти променя самия маркетинг. Амбициозната цел на автора на монографията е да систематизира и анализира набора от рецензирани проучвания върху устойчивото потребителско поведение и да тества концептуална изследователска рамка, която улавя неговото проявление сред поколението Z в България. И тази цел е постигната, за което свидетелства съдържанието на разработката. Структурата на монографията е много добре балансирана и демонстрира логичното развитие на изследването.

Първата глава е теоретична база на следващите части от монографията. В нея е направен обстоен преглед на изследванията върху устойчивото потребителско поведение. Глобалната научна продукция е проучена и систематизирана чрез библиометричен анализ на публикации, индексирани в две от най-значимите международни бази данни с научна информация – Scopus и Web of Science за периода от 1999 до 2024 г. В хода на изложението са идентифицирани влиятелни списания, най-релевантни източници и тяхната динамика, най-релевантни автори и изследователски мрежи за сътрудничество между тях, доминиращи страни, ключови думи и тематични области. Наблюдава се съществената еволюция на изследванията върху устойчивото потребителско поведение през последните три десетилетия – от фрагментирани ранни публикации до бързо разширяваща се и все по-специализирана научна област. Възприетият от автора библиометричен подход не само систематизира научния прогрес в избраната проблематика, но и разкрива съществуващи пропуски, които са потенциални насоки за бъдещи изследвания.

Втората глава е постановъчна с теоретико-методологически характер. Систематичният литературен преглед на УПП сред Поколение Z е представен в съответствие с утвърдената в международната научна практика методология PRISMA. Търсенето на публикувани емпирични изследвания е осъществено в три бази данни – Scopus, Web of Science Core Collection и ProQuest, като са използвани ясно определени критерии за включване и

изключване. В тази глава са идентифицирани основните концепции, определящи фактори, бариери и механизми, свързани с устойчивото потребителско поведение сред поколението Z. Показани са теоретичните рамки и изследователските дизайни, използвани в световните проучвания. Вниманието е насочено към поведенческите резултати и степента на влияние на тестваните медиатори и модератори върху тях. Маркирани са ключовите пропуски в съществуващата литература и бъдещите направления на изследване.

Установено е, че изследванията върху УПП сред поколението Z се основават до голяма степен на утвърдени поведенчески модели, предимно на теорията за планираното поведение, която служи като доминираща концептуална рамка. В прегледаните материали повечето от изследваните поведенчески резултати са свързани с намеренията и поведението на потребителите от поколението Z. Детерминантите и проявленията на УПП не са универсални, а варират в зависимост от икономическия сектор и културно-географския контекст. Демонстрирана е значителна методологична последователност при измерването на определящите фактори за УПП сред поколението Z.

В третата глава, която е с оценъчно-прескриптивен характер, се представят концептуалната рамка, методологията и резултатите от проведено емпирично изследване върху поведението при покупка на устойчиво облекло сред Поколение Z в България. Заключениета са направени въз основа на проучванията в предходното изложение, както и на прегледа на допълнителни 56 научни статии за устойчивата мода. Заключениета са базата, от която се изхожда при формулиране целта на емпиричния анализ – да се изследват факторите, влияещи върху поведението при закупуване на устойчиви дрехи сред поколението Z в България. За решаването ѝ е предложена специфична методология, която е апробирана в процеса на изследването.

Доц. д-р Теофана Димитрова избира сполучливо да тества седем детерминанти, считани за потенциални предшественици на устойчивото поведение при покупка на облекло: познания за околната среда, субективна норма, отношение към устойчивата покупка на облекло, загриженост за околната среда, социални медии, материализъм и намерение за покупка на устойчиво облекло. Тези детерминанти се взимат предвид при формулирането на 15 хипотези, които се проверяват при използване на подходящ статистически инструментариум. 12 от хипотезите са напълно потвърдени, а три са отхвърлени.

Въз основа на резултатите от тестването на формулираните хипотези са разграничени основните фактори, които влияят върху потребителското поведение при закупуване на устойчиви дрехи сред поколението Z в България, както и установените зависимости между тях. При провеждане на емпиричното проучване и при обосновката на резултатите от него кандидатът демонстрира отлични аналитични способности, като използва умело симбиозата „маркетинг-статистика“. В края на трета глава отново се синтезират насоки за по-нататъшни емпирични анализи в изследваната област.

В заключението на монографията са систематизирани най-важните акценти от изложението. Монографията завършва с резюме, списък с източници и приложения.

Рецензираната монография се отличава със задълбоченост, системност и научна логика в последователността на представяне на изследователските резултати. При доказване на защитаваните становища с подходяща научна и емпирична аргументация се очертават теоретико методологични и практически постижения, които имат характер на приноси. По отношение на устойчивото потребителско поведение сред поколението Z в България, тази монография представя първото проучване от този вид с такъв национален обхват и дизайн на изследването. Монографията напълно отговаря на изискванията за заемане на академичната длъжност „професор“.

В останалите публикации в сферата на устойчивото потребление:

- в теоретичен план и чрез емпиричен анализ се проучва ефекта на отделни фактори върху него (публикация 9), както и връзката между обществената осведоменост и грижата за екологичното благосъстояние (публикация 13). Студията „Exploring Factors Affecting SCB“, първоначално е публикувана в международно списание, но впоследствие е избрана за

включване в сборник с научно рецензиране, което е международно признание за приноса на авторите ѝ (доц. Димитрова е един от тях) към изследванията за УПП .

- разглежда се влиянието на глобализацията върху потреблението и екологично ориентираното потребителско поведение в контекста на пандемията от COVID-19 (публикация 24). Използваните данни (от Евростат и Индекса за опазване на околната среда) за извършеното кабинетно проучване не дават очакваните резултати. Разработена е собствена методология и последващо регистриране на първични данни. Получените резултати допринасят за по-доброто разбиране на въздействието на пандемичните ситуации върху потреблението и екологичното потребителско поведение.

➤ **Маркетинг в сектора на висшето образование** (Публикации: 2, 3, 11, 16, 19, 20, 22, 28, 32, 33, 34)

Специално внимание в научната продукция на кандидата е отделено на маркетинговото управление на висшето образование в България. Аргументирана е необходимостта от възприемането на маркетинговата концепция като принцип на управление от образователните институции, които са част от системата за висше образование. Посочени са конкретни действия за реализирането ѝ. Теорията за конкурентоспособността е адаптирана към спецификата на висшето образование. Изведени са аргументи в полза на маркетинговите комуникации като ключов фактор за изграждане на конкурентни предимства в системата на висшето образование. Разгледани са въпросите за качеството на образователния продукт на висшето училище и определящата му роля в процеса на формиране/променяне на публичния образ (имидж) на образователната институция. Разработен е проект на стратегия за изграждане на публичен образ на ПУ, съобразен с национални и европейски стратегически документи.

➤ **Образователен брандинг** (Публикации: 6, 10, 25)

Това направление от научните интереси на кандидата е концентрирано върху разработването, изграждането и развиването на бранда в системата на образованието. В тази връзка е определено значението на изучаването на студентската лоялност към бранда за взимането на правилни управленски решения, засягащи студентите като потребители на образователния продукт. Конкретизирани са променливите за измерване на студентската лоялност към бранда, както и взаимовръзките между някои от тях. Изследвани са възприятията на учениците относно дуалното професионално образование и обучение в България. Уточнени са основни детерминанти на ученическата лоялност и комуникацията „от уста на уста“ в условията на средното образование.

➤ **Маркетингово управление в различни сектори.** (Публикации: 5, 12, 14, 15, 18, 21, 23, 26, 29, 30, 31, 35).

Поради особената, динамично променяща се роля на маркетинга в глобалния бизнес, днес се задълбочава необходимостта от прилагането му в неговата многовариантност в различни сектори на икономиката. В цитираното направление на научната продукция на кандидата са застъпени редица теоретични и емпирични проучвания в тази посока. Някои от тях могат да се обобщят така:

- *В областта на финансите:* проведено анкетно изследване върху възприятията на крайните потребители относно проявите на маркетингово етично поведение на пазара на мобилни и банкови услуги в България; анализирано прилагането на продуктови иновации в банковия сектор чрез подходящи маркетингови стратегии; открити възможности за конкурентно позициониране на българските мобилни оператори в дигитална среда; анализирани практиките на българския бизнес при използването на криптовалюти.

- *В областта на здравеопазването:* приложен хибриден модел за стратегически анализ, подобряващ функционалността на SWOT метода чрез математическата прецизност на Аналитичния йерархичен процес (АНП) на Неврологично отделение в МБАЛ „Св. Пантелеймон“ – Пловдив. Предложена методология и проведено анкетно проучване въз основа на данни, регистрирани чрез експертна оценка. Резултатите, получени чрез

интегрирането на двата метода (SWOT и АНР) позволяват извършването на количествена оценка и анализ на иначе трудно съизмерими фактори.

- *В областта на индустрията:* разработен и апробиран концептуален модел на системата за управление на продуктивния микс в пивоварната индустрия; представен методът SPACE анализ и неговото апробиране на примера на индустриално предприятие от сектор „Производство на вина от прясно грозде“; демонстрирана вероятността методите за обработка на естествен език и машинно обучение да бъдат приложени за анализ на експертно написани описания за български вина и за извличане на закономерности, свързани с качеството и стила на виното; разгледан процесът на дигитална трансформация и сравнени модели за оценка на нейната готовност и зрелост, приложими към индустриалните предприятия.

Съдържанието по направления в научно изследователската дейност на доц. д-р Теофана Димитрова се отличава с теоретическа обосновка, практическа насоченост, сериозност и научна точност.

Посочените в изложението дотук научни и научно приложни постижения на кандидата могат да се обобщят по следния начин:

Научни приноси:

- систематизиране на теоретичните проучвания в областта на устойчивото потребителско поведение и доразвитие на вече съществуващи научни теории в тази област;
- идентифициране на теоретичните рамки и изследователските дизайни, използвани в световните проучвания, свързани с устойчивото потребителско поведение сред поколението Z;
- разкриване на ключови пропуски в съществуващата литература и в емпиричните анализи в областта на устойчивото потребление и потребителското поведение на поколението Z, които са потенциални насоки за бъдещи изследвания;
- доразвитие на теоретичните постановки относно маркетинговото управление на висшето образование в България и стратегията за разработване, изграждане и развиване на бранда в системата на образованието;
- разширяване на съществуващите знания относно маркетинговото управление в различни сектори – финанси, здравеопазване, индустрия. Доказване на необходимостта от преосмисляне на маркетинговото поведение в дигитална среда и в условията на зелената трансформация на икономиката на страната.

Научно приложни приноси:

- представена концептуална рамка и разработена методология за изследване на поведението при покупка на устойчиво облекло сред Поколение Z. Проведено емпирично изследване за апробиране на методиката и обобщени резултати за ефектите на ключови фактори върху намерението за покупка и реалното устойчиво потребителско поведение;
- адаптиране, разработване и апробиране на модели, методики и подходи за измерване на потребителското поведение при отчитане на специфичните характеристики на българските участници в изследванията, с което се обогатява методологията на маркетинговото управление на устойчивото потребителско поведение в български контекст;
- изведени полезни за практиката резултати от проведени емпирични изследвания в областта на маркетинговото управление в сектора на висшето образование и в други сектори;
- извършено пионерско за страната ни проучване на комуникационните практики и дейности на българските висши училища. Изведени ценни съвети към заинтересованите обществени групи, кандидат-студентите, настоящите студенти и работодателите;

- предложен авторски концептуален модел за измерване на иновационното представяне на биотехнологичните предприятия със съответен инструментариум, чиято апробация разкрива практическата му приложимост.

Доц. Димитрова има участия в 7 научноизследователски проекта, от които в 1 с роля на ръководител в 1 с роля на координатор .

Наукометричните изисквания за позоваването на научни изследвания от други учени отговарят напълно на изискванията за заемане на академичната длъжност „професор“. Забележителни са, както броят, така също и значимостта на позоваванията на публикациите на кандидата от други учени: 44 бр. цитирания в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация; 4 бр. цитирания в монографии и колективни томове с научно рецензиране; 19 бр. други цитирания в нереперирани списания с научно рецензиране. Броят на цитиранията показва, че научната продукция на кандидата е получила обществено признание сред научните среди у нас и в чужбина.

За отчитане на съответствието с минималните изисквания доц. Димитрова е представила в материалите по конкурса попълнена карта, от която се вижда, че тя изпълнява минималните национални и допълнителните изисквания за заемане на академичната длъжност „професор“ във ФИСН при ПУ „Паисий Хилендарски“ .

Богатата научноизследователска дейност на доц. д-р Теофана Димитрова е доказателство за изключително високо ниво на професионална вещина. В рецензираните научни трудове се наблюдава критично осмисляне на теориите и методическите подходи, ясно дефиниране на проблемите и проектиране на насоки за решаването им.

4. Оценка на личния принос на кандидата

Приемам формулираните от доц. Димитрова научни и научно-приложни приноси, които действително се съдържат в научната ѝ продукция. По същество те съответстват на изведените в рецензията, но по детайлно представени научни постижения. Приносите са самостоятелно дело на кандидата или екипно с други съавтори, но със значимото му творческо участие. Доц. Димитрова е отбелязала в анотациите личното си присъствие в колективните разработки и е декларирала оригиналността на резултатите и приносите.

5. Критични забележки и препоръки

Нямам критични бележки по съдържанието, структурата, стила и постигнатите научни и научно-приложни резултати на кандидата. Като имам предвид актуалността и значението на темата на монографията, препоръчвам на доц. д-р Теофана Димитрова да продължи изследванията си върху очертаните от нея пропуски в теоретичните и емпирични изследвания в областта на устойчивото потребителско поведение. Позволявам си също така да я посъветвам да доразвива проучванията си по маркетингова тематика, като постави акцент върху самостоятелните монографични издания.

6. Лични впечатления

Познавам д-р Теофана Димитрова като съзнателен, отговорен и задълбочен изследовател със значителен научен потенциал и преподавателски възможности. Забележителна е способността ѝ да съчетава теорията с практиката, като прилага теоретичните конструкции при изследването на конкретни обекти и по обратен път на база на емпириката изгражда своите теоретични хипотези.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Документите и материалите, представени от доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова, отговарят на всички изисквания на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), на Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и на съответния Правилник на ПУ „Паисий Хилендарски“.

Кандидатът в конкурса е представил значителен брой научни трудове, публикувани след материалите, използвани при защитата на ОНС „доктор“ и за заемане на академичната длъжност „доцент“. В работите на кандидата има оригинални научни и приложни приноси, които са получили международно признание, като представителна част от тях са публикувани в списания и в научни сборници, издадени от международни академични издателства. Теоретичните му разработки имат практическа приложимост, като част от тях са пряко ориентирани към учебната работа. Научната и преподавателската квалификация на доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова е несъмнена.

Постигнатите от кандидата резултати в учебната и в научноизследователската дейност напълно съответстват на минималните национални и допълнителните изисквания на Факултета по икономически и социални науки при Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“, приети във връзка с Правилника на ПУ за приложение на ЗРАСРБ.

След запознаване с представените в конкурса материали и научни трудове и с оглед на анализа на тяхната значимост и съдържащите се в тях научни, научноприложни и приложни приноси, намирам за основателно да дам своята положителна оценка и да препоръчам на Научното жури да изготви доклад предложение до Факултетния съвет на Факултета по икономически и социални науки за избор на доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова-Станева на академичната длъжност „професор“ в ПУ „Паисий Хилендарски“ по област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг).

февруари 2026 г.

Рецензент:

проф. д-р С. Класова