



РЕЦЕНЗИЯ

1. Обща информация

Изготвил рецензията - проф. д-р Евгени Петров Станимиров - област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“, Икономически университет – Варна. Основание за изготвяне на рецензията е решение на първото заседание на научното жури, назначено със заповед № РД-22-44/09.01.2026 г. и съгласно Правилника за РАС на Пловдивски университет.

2. Информация за конкурса

Конкурсът за заемане на акад. длъжност „професор“ е публикуван в ДВ бр. 96 от 11.11.2025 г. по област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки; професионално направление 3.8 Икономика (Маркетинг) в Пловдивски университет.

3. Кандидат по конкурса

В обявения срок документи за участие в конкурса са подадени от един кандидат – доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова-Станева, която е допусната до участие в конкурса. Кандидатът по конкурса отговаря на Минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност „професор“ в професионално направление 3.8 "Икономика" (на осн. чл. 2б, ал. 2 и 3 на ЗРАСРБ), както и на допълнителните количествени изисквания на Факултета по икономически и социални науки на Пловдивски университет.

4. Данни за кандидата

Доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова-Станева е единствен кандидат по конкурса. До 2004 г. Теофана Димитрова придобива ОКС „бакалавър“ (Маркетинг) и ОКС „магистър“ (Икономика - Корпоративни финанси) в Пловдивски университет. От 2005 г. до момента кандидатът по конкурса е преподавател към катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ в Пловдивски университет. През 2013 г. придобива ОНС „доктор“ в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. „Икономика“, докторска програма Икономика и управление (индустрия) с дисертационен труд на тема: „Управление на продуктовия микс (на примера на пивоварната индустрия)“. От 2014 г. заема академичната длъжност доцент по ПН 3.8. Икономика (Маркетинг). За периода 2015-2023 г. кандидатът по конкурса е ръководител на катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ към Пловдивски университет. Теофана Димитрова е работила като регионален представител към „Абагар финанс“ АД (2003-2004 г.). От 2019 г. е независим експерт към Национална агенция по оценяване и акредитация.

Областите на научен интерес на кандидата по конкурса са: маркетингов мениджмънт, бранд мениджмънт, маркетингови изследвания, маркетинг на индустриалния пазар, управление на продажбите, устойчиво потребителско



поведение, маркетингови комуникации, конкурентоспособност на висшите училища.

От 2011 г. кандидатът по конкурса е член на Съюза на икономистите, а от 2012 г. – на Съюза на учените. Наблюдава се стремеж на колежата да развива равнището си на компетентност с включване в курсове за: усъвършенстване на дигитални умения, дигитална психология, търговски марки и промишлени дизайни, одит, изкуствен интелект в образованието и др.

Посоченото до момента е категорично доказателство за целенасочената работа на доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова-Станева непрекъснато да повишава своята квалификация и е индикация за професионализъм и целенасоченост в работата.

5. Описание на научните трудове

Представената справка за изпълнение на минималните национални изисквания по чл. 2б, ал 2 и 3 от ЗРАСРБ за заемане на академичната длъжност „професор“ в ПН 3.8 „Икономика“ показва двукратно надхвърляне на кумулативните количествени изисквания, формирани от компонентите по раздел I. Национални минимални изисквания съгласно ЗРАСРБ (чл.2б) и Правилника за приложението му (чл.1а, ал.1). Необходимият брой точки за изпълнение на националните минимални изисквания са акумулирани както следва:

- Група А: Защитен дисертационен труд за присъждане на ОНС „доктор“ - „Управление на продуктивния микс (на примера на пивоварната индустрия)“ (50 т.);

- Група В: Хабилизационен труд на тема: „Sustainable consumer behavior: From global evidence to local insights among Generation Z in Bulgaria“ (100 т.);

- Група Г (при изискващи се 200 т., кандидатът събира 599,16 т.): публикувани 2 бр. монографии, които не са представени като хабилизационен труд (200 т.), публикувана книга на базата на защитен дисертационен труд за ОНС „доктор“ (75 т.); 5 бр. статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация (75 т.), 13 бр. статии и студии, публикувани в нереперирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове (81,66 т.); 8 бр. студии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация (142,5 т.); 4 бр. студии, публикувани в нереперирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове (25 т.).

- Група Д (при изискващи се 100 т., кандидатът събира 150 т.): 10 бр. цитирания в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация (150 т.).

- Група Е (при изискващи се 100 т., кандидатът събира 185 т.): ръководство на успешно защитил докторант (40 т.); участие в национални научни или образователни проекти – 5 бр. (75 т.); ръководство на национален научен или образователен проект – 1 бр. (30 т.), публикуван университетски учебник – 1 бр. (40 т.).

В документите по конкурса са приложени необходимите справки, доказващи декларираните по горе точки за изпълнение на минималните национални изисквания по чл. 2б, ал 2 и 3 от ЗРАСРБ за заемане на академичната длъжност „професор“.



Представените за рецензиране трудове са 34 бр., от които: 3 бр. монографии (от които едната е хабилитационен труд); 1 бр. книга на база на защитен труд за придобиване на ОНС „доктор“, 8 бр. студии в Scopus/WoS; 4 бр. студии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране; 5 бр. статии/доклади в Scopus/WoS; 9 бр. статии и 4 доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране. 8 бр. от представените публикации са самостоятелни и 26 бр. са в съавторство. В 15 бр. от публикациите в съавторство кандидатът участва като първи автор. 23 бр. от публикациите са на английски език.

Публикации в базата данни Scopus: индексът на Хирш е 3 и включва 9 бр. научни публикации. За 6 бр. са отчетени 55 бр. цитирания (без тези по конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“). 6 бр. от публикациите са в Q2, 1 бр. в Q3 и 1 бр. в Q4. Публикации в базата Web of Science: индексът на Хирш е 3 и включва 9 научни публикации, като 4 бр. не дублират тези, отчетени в Scopus.

Всички публикации подлежат на рецензиране и са по темата на обявения конкурс. Прегледът на представените трудове показва много висока степен на концентриране и специализиране на доц. д-р Теофана Димитрова в областта на бранд мениджмънта, маркетинговия мениджмънт и устойчивото потребителско поведение.

В настоящия конкурс като хабилитационен труд е представена монографията „Sustainable consumer behavior: From global evidence to local insights among Generation Z in Bulgaria“. Изходна позиция на автора е, че устойчивото потребителско поведение е ключов елемент от концепцията за устойчивост и придобива все по-голямо значение в контекста на нарастващия натиск върху природните ресурси и необходимостта от дългосрочни решения. Целта на монографичния труд е да систематизира и анализира корпуса от рецензирани изследвания върху устойчивото потребителско поведение и да тества концептуална изследователска рамка, която отразява неговото проявление сред поколение Z в България.

Авторът е провел библиометричен анализ, който показва, че устойчивото потребителско поведение се е трансформирало от фрагментирана изследователска тема в утвърдена и бързо развиваща се научна област, с нарастваща специализация и тематична кохерентност. Научната продукция е концентрирана в ограничен брой водещи списания и държави. Китай доминира по обем на публикациите, като САЩ и Австралия също играят ключова роля. Тематично областта на устойчивото потребителско поведение е силно повлияна от поведенческите модели (особено теорията на планираното поведение), с фокус върху намеренията за покупка и зеленото потребление. Авторът прави заключение, че бъдещите изследвания следва да разширят своя географски обхват, да акцентират върху реалното поведение чрез по-сложни изследователски дизайни и да развият по-интегрирани теоретични рамки.

Систематичният литературен преглед идентифицира четири основни направления в рамките на устойчивото потребителско поведение: поведение при покупка на зелени продукти, проекоекологично поведение, екологично ориентирано поведение и устойчиви практики. Най-често изследваните детерминанти сред поколение Z са екологичното отношение, екологичната загриженост, екологичните знания, екологичната осведоменост и възприеманата зелена стойност. Авторът



извежда потенциалните бариери пред устойчивото поведение: икономически, психологически, социални, когнитивни, институционални и структурни. Литературният анализ откроява два основни мотивационни механизма – разширената теория на планираното поведение и ценностно-ориентираните подходи.

Емпиричното изследване върху устойчивото поведение при покупка на облекло сред поколение Z в България потвърждава повечето хипотези, като екологичната загриженост се явява най-силен предиктор на намерението за покупка. Достига се до заключение, че материализмът не оказва директно влияние, но модерира връзката между екологичната загриженост и намерението за покупка. Теорията на планираното поведение е потвърдена като валидна рамка за прогнозиране на реалното поведение. Прави се извод, че социалните медии имат едновременно стимулиращ и отслабващ ефект, в зависимост от нивото на социален натиск и възприеманата автентичност.

В заключение, устойчивото потребителско поведение сред поколение Z се определя от сложни взаимодействия между когнитивни, ценностни и социални фактори. Авторът на труда прави извод, че е необходимо бъдещите изследвания да използват по-разнообразни методологични подходи, включително лонгитюдни и експериментални дизайни, както и да интегрират културни и секторни особености за по-цялостно разбиране на явлението.

В монографичния труд, както и в останалите публикации на автора, прави впечатление ясната логика на изложение на разглежданите въпроси. Стилът на представените за рецензиране публикации е академичен, но паралелно с това – приятен за четене. Това прави публикуваните изследвания на доц. Теофана Димитрова достъпни за използване от страна на бизнеса.

В заключение може да се направи извод, че справките за изпълнение на минималните национални изисквания по чл. 26, ал 2 и 3 от ЗРАСРБ за заемане на академичната длъжност „професор“ в ПН 3.8 „Икономика“, както и за допълнителните показатели по чл. 57а, ал. 2 от ППЗРАСРБ, убедително доказват, че кандидатът по конкурса има профил и сериозен авторитет в своята област.

6. Приноси в научноизследователската работа на кандидата

Тематиката на научните трудове показва ясна и задълбочена ориентация на автора към въпроси, свързани с бранд мениджмънта, маркетинговия мениджмънт и устойчивото потребителско поведение. Представените публикации имат научна стойност, но и практическа насоченост с ясно изразена авторска позиция. Сред посъществените научни, методико-приложни приноси на доц. Димитрова могат да се посочат следните:

Научни приноси:

1. Разработена е концептуална рамка за анализ на устойчивото потребителско поведение, чрез синтезиране, критично осмисляне и разширяване на съществуващите теоретични подходи. Идентифицирани и систематизирани са водещите теоретични модели, ключови детерминанти и бариери, както и основни поведенчески резултати, което допринася за структуриране и надграждане на



научното знание в областта на устойчивото потребление.

2. Обогатена и концептуално надградена е маркетинговата теория във висшето образование (вкл. и образователен брандинг), чрез интегриране на маркетинговата концепция, комуникационната политика, управлението на качеството, публичния образ и конкурентоспособността в единна теоретична рамка, съобразена с условията на засилена конкуренция и пазарна ориентация на образователната система. Формулирани са систематизирани подходи и индикатори за стратегическо управление и оценка на пазарното позициониране на висшите училища.

Методико-приложни приноси:

1. Разработена и емпирично апробирана е интегрирана методика за изследване на устойчивото потребителско поведение при покупка на облекло сред поколение Z, която моделира и оценява ефектите на екологични, социални и личностни фактори върху намерението за покупка и реалното поведение. Методиката осигурява инструментариум за комплексен анализ на поведенческите механизми в контекста на устойчивата мода.

2. Разработени, тествани и валидирани са психометрични модели за измерване на потребителското поведение в български контекст, чрез анализ на сложни причинно-следствени зависимости между латентни конструктори. Моделите отчитат културно-специфичните характеристики на българските респонденти и допринасят за повишаване на валидността и приложимостта на емпиричните изследвания.

3. Разширени са научно-приложните аспекти на маркетинговото управление чрез разработване и интегриране на аналитични и хибридни управленски инструменти, приложени и апробирани в различни икономически сектори. Идентифицирани са ключови стратегически възможности и предизвикателства, подпомагащи процеса на вземане на управленски решения и изграждането на устойчиви конкурентни предимства.

7. Участие в научни проекти и научни форуми

В документите по конкурса са представени доказателства за членство на доц. Димитрова в редакционни колегии, издателски бордове и участия в конференции. Отчита се членство в редакционни колегии на 5 национални и международни научни издания: Балканско научно обозрение, Научен вектор на Балканите, Хуманитарни Балкански изследвания, Higher Education Research, International Journal of Business and Economics Research. Регистрирани са участия в 7 бр. научноизследователски проекта (6 вътрешни и 1 национален проект). Кандидатът по конкурса е ръководител на един от проектите. Всички проекти са свързани с проблеми, които са релевантни на конкурса за професор.

8. Преподавателска работа

Доц. д-р Теофана Димитрова е утвърден преподавател в областта на маркетинговия мениджмънт, бранд мениджмънта, маркетинговите изследвания. За периода 2020-2021 – 2024-2025 г. кандидатът по конкурса има аудиторна заетост от 2266 часа. Извънаудиторната заетост на доц. Димитрова за периода 2020-2025 г. е както следва: консултации и проверка на курсови проекти (20 ч.); провеждане на



изпити (702 ч.); участие в държавни изпити (158 ч.); участие в изпитни комисии на докторанти (70 ч.); възлагане и проверка на писмени задачи за самоподготовка на студенти (400 ч.); ръководство на докторанти (180 ч.).

За участие в конкурса доц. Теофана Димитрова представя 1 бр. самостоятелен учебник по Маркетингов мениджмънт и 1 бр. самостоятелно издадено учебно помагало по Маркетинг.

Представена е справка за разработени учебни програми по дисциплините Маркетингов мениджмънт и Маркетингови изследвания в ОКС „бакалавър“ и по дисциплината Бранд мениджмънт в ОКС „магистър“.

Кандидатът по конкурса е ръководил 3 докторанти (един защитил и двама – отчислени с право на защита).

Не са представени данни за осъществена преподавателска мобилност, както и специализации в чуждестранни университети.

9. Други активности

За периода 2015-2023 г. кандидатът по конкурса е ръководител на катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ към Пловдивски университет. Участва като академичен наставник и функционален експерт в 4 бр. проекти, свързани със студентски практики. Упражнява консултантска и експертна дейност, свързана с изготвянето на годишни доклади, междинни, последващи и финални оценки на общини в Република България във връзка с изпълнението на дейности по Плана за интегрирано развитие – ПИРО 2021-2027 г. Доц. Теофана Димитрова е представила сертификати за успешно завършени курсове за повишаване на квалификацията в областите: усъвършенстване на дигитални умения, дигитална психология, търговски марки и промишлени дизайни, одит, изкуствен интелект в образованието и др.

От представените данни може да се направи извод, че кандидатът по конкурса има административен опит, както и консултантска практика и дейности с принос в развитието и утвърждаване на ценностите на Пловдивски университет.

10. Плагиатство

В представените трудове не констатирам наличие на плагиатство, некоректни данни и/или некоректно позоваване на чужди научни трудове.

11. Въпроси, критични бележки и препоръки към кандидата

Колегиално бих препоръчал на доц. д-р Теофана Димитрова следното:

1. Сериозният ѝ изследователски опит е основание да се включва като член на повече международни редакционни колегии.
2. Експертният опит на кандидата по конкурса позволява по-активна работа за решаване на конкретни проблеми в бизнеса, както и работа с повече докторанти.
3. Натрупаният опит на кандидата по конкурса предполагат активно включване в програми за образователен обмен и посещаване на чуждестранни университети.



12. Заключение

Констатациите, свързани с изследователската, публикационната и преподавателската дейност на доц. д-р Теофана Димитрова и изпълнението на посочените в рецензията административни ангажименти в Пловдивски университет недвусмислено показват съответствие с изискванията на ЗРАСРБ и Правилника за неговото прилагане във връзка с критериите за заемане на академичната длъжност „професор“. Това ми дава основание да изразя категорично положително отношение по представения конкурс и да предложа на уважаемите членове на научното жури да подкрепят кандидатурата на доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова-Станева за заемане на академичната длъжност „професор“ по област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки; професионално направление 3.8 Икономика (Маркетинг) в Пловдивски университет.

22.02.2026 г.
Варна

Подпис:

(проф. д-р Е. Станимиров)