

СТАНОВИЩЕ

От: проф. д-р Татяна Нейчева Нецева-Порчева
научна организация: Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“
научна специалност: Маркетинг

относно материалите, представени за участие в конкурс
за заемане на академичната длъжност **„професор“**
на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“

по: област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни науки
професионално направление: 3.8. Икономика
научна специалност: 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 МИО“ към Факултета по икономически и социални науки, като кандидат участва доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова-Станева от ПУ „Паисий Хилендарски“.

1. Общо представяне на процедурата и кандидата

Със заповед № РД-22-44/09.01.2026 г. на ректора на ПУ „Паисий Хилендарски“ съм определена за член на научното жури в конкурс за заемане 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), обявен за нуждите на катедра „Маркетинг и МИО“ към Факултета по икономически и социални науки (ФИСН).

За участие в обявения конкурс е подал документи единствен кандидат: доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова-Станева от ПУ „Паисий Хилендарски“.

Представеният от доц. д-р Теофана Димитрова комплект материали за кандидатстване в конкурса включва следните документи: молба по образец до ректора за допускане до участие в конкурса; автобиография по европейски формат; диплома за висше образование с придобита образователно-квалификационна степен „магистър“; диплома за образователна и научна степен „доктор“; диплома за академична длъжност „доцент“; списък на научните трудове; копия на научни трудове; справка за съответствие с минималните национални и допълнителните факултетни изисквания; декларация за оригиналност и достоверност на приложените документи; анотации на материалите по чл. 76. от ПРАСПУ (на български и чужд език); самооценка на приносите; списък на цитиранията; разделителни протоколи; удостоверение за трудов стаж; документи за учебна работа; документи за научноизследователска дейност; документи съобразно допълнителните изисквания на съответния факултет и други документи.

Кандидатът доц. д-р Теофана Димитрова е приложил общо **35 научни труда**, 3 монографии (1 – основен хабилитационен труд), 1 книга на базата на защитен дисертационен труд, 12 студии (8 от които в Scopus и/или Web of Science), 18 статии и доклади (5 от които в Scopus и/или Web of Science) и 1 учебник. Общият брой и структурата на научните трудове са достатъчни и подходящи за заемане на академичната длъжност „професор“ в ПУ „Паисий Хилендарски“. **Общата сума по групи показатели А, Б, В, Г, Д и Е е 1084.16 точки при минимален праг 550 точки.**

Представеният от доц. д-р Теофана Димитрова комплект материали за кандидатстване в конкурса удостоверява, че кандидатът изпълнява всички Национални минимални изисквания за заемане на академичната длъжност „професор“ съгласно ЗРАСРБ (чл. 26), Правилника за приложението му (чл. 1а., ал. 1) и допълнителните изисквания на Факултета по икономически и социални науки на ПУ „Паисий Хилендарски“.

2. Кратки биографични данни на кандидата

Доц. д-р Теофана Димитрова е бакалавър по „Маркетинг“ и магистър по „Корпоративни финанси“ като и двете образователно-квалификационни степени са придобити в ПУ „Паисий Хилендарски“. От 2013 г. заема ОНС „доктор“ област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. „Икономика“, докторска програма Икономика и управление (индустрия) към ПУ „Паисий Хилендарски“. В периода 2005–2009 г. заема академичната длъжност асистент, 2009–2011 г. – старши асистент, 2011–2014 г. – главен асистент, а от 2014 г. до момента е доцент в ПН 3.8. Икономика (Маркетинг), катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ на ПУ „Паисий Хилендарски“.

Доц. д-р Теофана Димитрова е ръководител катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ на ПУ „Паисий Хилендарски“ за периода 2015–2023 г.

От 2019 г. – досега е независим експерт към Национална агенция по оценяване и акредитация (НАОА).

В периода 2003–2004 г. работи като регионален представител към „Абагар финанс“ АД, където извършва дейности по консултиране и посредничество при сделки с ценни книжа и компенсаторни платежни средства на БФБ-София.

Член е на Съюза на икономистите и на Съюза на учените в България.

Биографичните данни на доц. д-р Теофана Димитрова я представят като широко скроена личност с богат преподавателски стаж, завидни ръководни умения, утвърден експерт в сферата на образованието и с висока общо икономическа култура.

3. Обща характеристика на дейността на кандидата

3.1. Оценка на учебно-педагогическата дейност

3.3.1. Учебни пособия

Кандидатът за заемане на академичната длъжност „професор“ в ПУ „Паисий Хилендарски“ има издаден един самостоятелен учебник, свързан с предмета на обявения конкурс – *Димитрова, Т. (2018). Маркетингов мениджмънт. VII „П. Хилендарски“. ISBN 978-619-202-333-1, (198 с.).*

Учебникът *Маркетингов мениджмънт* е разработен професионално и отразява теоретичните и практическите аспекти на маркетинговия мениджмънт. 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“ (ММ); функциите, принципите и значението на ММ; етапите на маркетинговото планиране; маркетинговата среда, както и естеството, видовете и етапите на маркетинговия одит. В учебника са разгледани и основни аналитични инструменти и техники в помощ на маркетинговия мениджър. Учебникът е изготвен в съответствие със всички методически изисквания. И най-важното – той е изключително полезен. Това е учебникът по маркетингов мениджмънт по който вече осем години учат студентите от ОКС „бакалавър“ от специалностите „Маркетинг“ и „Бизнес мениджмънт“ на ФИСН при ПУ „Паисий Хилендарски“.

Освен учебника, доц. д-р Теофана Димитрова има издадено учебно помагало – *Димитрова, Т. (2016). Маркетинг (тезиси, задачи, казуси, тестове), VII „П. Хилендарски“. ISBN 978-619-202-129-0, (154 с.).* Доц. д-р Теофана Димитрова не участва с помагалото по маркетинг в конкурса за „професор“, защото е второ допълнено издание, но считам, че е

важно да се отбележи и то, тъй като показва, че преподавателят е обезпечил напълно студентите с учебна литература по преподаваните от него дисциплини.

3.3.2. Лекционни курсове

Доц. д-р Теофана Димитрова чете 2 лекционни курса – „Маркетинг“ и „Маркетингов мениджмънт“ в програми предназначени за студенти в ОКС „бакалавър“ и/или ОКС „магистър“ в три факултета на ПУ „Паисий Хилендарски“: Факултет по икономически и социални науки (ФИСН), Филологически факултет (ФФ) и Химически факултет (ХФ). *Кандидатът за участие в конкурса се е утвърдил като основен преподавател по маркетинг и в трите факултета на ПУ „Паисий Хилендарски“.*

Доц. д-р Теофана Димитрова е разработила самостоятелно учебни програми по три дисциплини: „Маркетингов мениджмънт“, „Маркетингови изследвания“ и „Бранд мениджмънт“. Първите две програми са по учебни планове за ОКС „бакалавър“, а третата – по учебен план за ОКС „магистър“.

3.3.3. Работа със студенти и докторанти

Като ръководител катедра „Маркетинг и МИО“ доц. д-р Теофана Димитрова винаги е работила в името на студентите и утвърждаване на авторитета и на двете специалности, водени от катедрата – сп. „Маркетинг“ и сп. „Международни икономически отношения“.

Доказателство за работата ѝ със студентите и за ангажираността ѝ в научноизследователски и образователни проекти в сферата на висшето образование е ролята ѝ на академичен наставник и функционален експерт за ФИСН по проект „Студентски практики“ към МОН (2013–2023 г.) и по проект „От висше образование към заетост“ (2025–2029 г.), както и участието ѝ в проект ФП25-ФИСН-012 „StuEDU: Интегриран подход и интелигентна система за оценяване на ключовите умения и профила на студентите“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ при ПУ „Паисий Хилендарски“ (2025–2026 г.).

Доц. д-р Теофана Димитрова системно надгражда компетентностите си в полза на студентите чрез участия в различни обучения: за работа с програмата StrikePlagiarism, за усъвършенстване на дигитални умения, за дигитална психология, за търговски марки и промишлени дизайни, за основен и вътрешни одитори ISO 9001/2015, за изкуствен интелект в образованието и др.

Кандидатът за заемане на академичната длъжност „професор“ в ПУ „Паисий Хилендарски“ е бил научен ръководил на трима докторанти – един успешно защитил и двама отчислени с право на защита.

Издаденият от доц. д-р Теофана Димитрова учебник по маркетингов мениджмънт, разработените лекционни курсове, които чете пред различни факултети на ПУ „Паисий Хилендарски“, включването ѝ в образователни и научноизследователски проекти в областта на висшето образование, участието ѝ в различни обучения, както и наличието на един успешно защитил докторант дават основание за висока оценка за учебно-педагогическата дейност на доц. д-р Теофана Димитрова.

4. Оценка на научната и научно-приложна дейност на кандидата

В научната продукция на доц. д-р Теофана Димитрова могат да се открият няколко тематичните направления:

- устойчиво потребителско поведение (Публикации: 1, 9, 13, 24);
- маркетинг в сферата на висшето образование (Публикации: 2, 3, 11, 16, 19, 20, 22, 28, 32, 33, 34);
- образователен брандинг (Публикации: 6, 10, 25);
- приложни аспекти на маркетингово управление в различни сектори на икономиката (Публикации: 5, 12, 14, 15, 18, 21, 23, 26, 29, 30, 31, 35).

Хабилитационният труд, с който доц. Теофана Димитрова участва в конкурса е: *Dimitrova, T. (2025). Sustainable consumer behavior: From global evidence to local insights among Generation Z in Bulgaria. Plovdiv University Press. ISBN 978-619-281-106-8, (209 с.)*.

Основните резултати в хабилитационния труд и свързаните с тях научни и научно-приложни приноси, могат да се сведат до:

- *Изготвен е библиометричен анализ на научните публикации в областта на устойчивото потребителско поведение в две световно признати научни бази данни – Scopus и Web of Science за периода от 1999 до 2024 г.* В областта на устойчивото потребителско поведение са идентифицирани водещи списания, водещи автори, водещи страни, ключови тематични области и тяхното развитие във времето. Изведени са пропуски и неизследвани аспекти.

- *Направен е систематичен преглед на научната литература, относно устойчивото потребителско поведение сред поколение Z, в три световно известни бази данни – Scopus, Web of Science Core Collection и ProQuest.* Идентифицирани са ключови тематични области в изследваната област. Изведени са основните фактори, които най-често се свързват както с устойчивите потребителски намерения, така и с действителното поведение сред поколение Z. Установени са пречките пред намерението и/или проявата на устойчиво потребителско поведение. Очертани са насоки за бъдещи изследвания.

- *Разработен е концептуален модел и инструментариум за изследване на факторите, влияещи върху поведението при покупка на устойчиви дрехи сред поколение Z в България.* Моделът включва множество латентни променливи и хипотетични взаимоотношения между тях. Той обединява ключовите фактори, за които се предполага, че влияят върху намерението за покупка на устойчиви дрехи и свързания с него поведенчески резултат. Анализира се не само силата на взаимовръзките между факторите, но и тяхното относително влияние върху намерението и реалното поведение при покупка на устойчиво облекло. По този начин концептуалната рамка интегрира взаимоотношенията между различни конструкти и техните предиктори, медиатори и модератори, предлагайки цялостен подход за анализ на изследваното явление.

- *Резултатите от проведеното изследване са с особена практическа стойност за мениджърите на компаниите, ангажирани с производство и разпространение на устойчива мода сред поколение Z в България.* Резултатите разкриват нов тип – устойчиво потребителско поведение и идентифицират факторите, влияещи върху това потребителско поведение.

Хабилитационният труд на доц. д-р Теофана Димитрова представлява мащабно изследване на значим и актуален проблем. Приносите на автора обогатяват съществуващите знания в изследваната област и подпомагат фирмите при опознаване на устойчивото потребителско поведение на поколение Z в България.

Освен с основния хабилитационен труд доц. д-р Теофана Димитрова участва в конкурса за „професор“ като съавтор в още две монографии:

- Станев, В., Димитрова, Т., Димитрова, Г., Стойчев, Л., Братков, М., & Петков, В. (2021). *Маркетингови комуникации и изграждане на конкурентни предимства от висшите училища*. Пловдивско университетско издателство. ISBN 978-619-7663-03-7, (авторско участие 125 с.).

- Станев, В., Димитрова, Т., Ковачева, С., Генова, Я., Димитрова, Г., Бойкова, Ф., Левтерова, Д., Владиков, А., Стойчев, Л., & Василева-Проконова, М. (2020). *Стратегия за изграждане на публичен образ на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“*. Коала прес. ISBN 978-619-7536-29-4, (авторско участие 102 с.).

И двете монографии са свързани с маркетингови аспекти на висшите училища в България.

Доказателство за научната и научно-приложна дейност на доц. д-р Теофана Димитрова е участието ѝ в общо 7 научно-изследователски проекта (6 вътрешни за ПУ „Паисий

Хилендарски“ и 1 национален проект). На един от проектите е ръководител, а в друг – координатор.

За периода 2020–2025 г. доц. д-р Теофана Димитрова е изготвила 5 рецензии на монографии, 11 рецензии на научни статии (от тях 5 в издания, индексирани и реферирани в Scopus) и 6 рецензии на научни доклади.

Кандидатът за заемане на академичната длъжност „професор“ има предходни и настоящи членства в редакционните колегии на общо 5 национални и международни научни издания, както следва:

- 2017–2021 г. в списанията Балканско научно обозрение, Научен вектор на Балканите и Хуманитарни Балкански изследвания;
- 2020–2022 г., 2022–2023 г., 2024–2027 г. в Higher Education Research;
- 2025–2028 г. в International Journal of Business and Economics Research.

Научната продукция, с която доц. д-р Теофана Димитрова участва в конкурса, участието ѝ в 7 научно-приложни проекта, изборът и за рецензент на 5 монографии и на други научни разработки, както и членството ѝ в редакционните колегии на общо 5 национални и международни научни издания представят доц. д-р Теофана Димитрова като дългогодишен изследовател, утвърден научен работник и високо ценен специалист с богат опит в областта на маркетинговия мениджмънт.

5. Научни и научно-приложни приноси

Научните и научно-приложните приноси, които могат да се изведат от публикациите на доц. д-р Теофана Димитрова, могат да се систематизират както следва:

I. Научни приноси

1) Синтез и разширяване на научното знание за устойчивото потребителско поведение. Установени са водещите теоретични рамки, основните детерминанти и бариери, доминиращите тематични направления и поведенчески резултати в научната литература върху устойчивото потребление и потребителско поведение. (Публикации: 1, 9, 13, 24)

2) Обогаляване на маркетинговата теория в сектора на висшето образование. Систематизирани и концептуално осмислени са ролята на маркетинговата концепция, маркетинговите комуникации, качеството на образователния продукт, публичния образ и конкурентоспособността на висшите училища, както и основните подходи, инструменти и показатели за тяхното управление и оценка в условията на засилена конкуренция и пазарна ориентация на системата на висшето образование. (Публикации: 2, 3, 11, 16, 19, 20, 22, 28, 32, 33, 34)

3) Доразвиване на научните знания за образователния брандинг. Установено е, че бранд имиджът, бранд асоциациите, възприеманото качество, удовлетвореността и ангажираността функционират като ключови фактори за формиране на лоялността и комуникацията „от уста на уста“ в образователната сфера (Публикации: 6, 10, 25)

II. Научно-приложни приноси

1) Разработена и апробирана е методика за изследване на поведението при покупка на устойчиво облекло сред Поколение Z. Методиката включва моделиране и оценка на директните и индиректните ефекти на ключови екологични, социални и личностни фактори върху намерението за покупка и реалното устойчиво потребителско поведение. (Публикация 1)

2) Разработване, емпирично тестване и валидиране на психометрични модели за измерване на потребителското поведение в български контекст. Анализирани са сложни причинно-следствени зависимости между латентни конструкти, включително преки, косвени и модерирани ефекти, при отчитане на специфичните характеристики на българските участници в изследванията. (Публикации: 6, 7, 8, 9, 13, 17)

3) Разширяване на научно-приложните аспекти на маркетинговото управление.

Разработени, интегрирани и апробирани са аналитични и хибридни управленски инструменти (SWOT-АНР-TOWS, SPACE анализ). Идентифицирани са ключови управленски възможности и предизвикателства в различни сектори (здравеопазване, финанси, телекомуникации, винарска индустрия), подпомагащи вземането на стратегически решения и изграждането на устойчиви конкурентни предимства. (Публикации: 5, 12, 14, 15, 18, 21, 23, 26, 29, 30, 31, 35)

Справката за участника в конкурса за заемане на академичната длъжност „професор“ в базата данни Scopus показва индекс на Хирш $h=3$ и включва девет научни публикации, публикувани от 2017 г. насам. За шест от тях са отчетени общо 55 цитирания. Записът на участника в базата данни Web of Science показва индекс на Хирш $h=3$ и включва девет научни публикации от 2019 г. досега. Четири от тях не дублират публикации, отчетени в Scopus.

Справката за доц. д-р Теофана Димитрова в световноизвестните бази данни с научна информация Scopus и Web of Science и цитиранията ѝ свидетелства за значимостта на посочените по-горе научни и научно-приложни приноси в теорията и практиката на маркетинговия мениджмънт.

6. Критични бележки и препоръки

Нямам критични бележки към предоставените от кандидата за заемане на академичната длъжност „професор“ научни публикации и съдържащите се в тях научни и научно-приложни приноси. Препоръката ми е в бъдеще доц. д-р Теофана Димитрова да насочи научните си интереси в областта на приложението на изкуствения интелект в маркетинговия мениджмънт на фирмите.

7. Лични впечатления

Познавам доц. д-р Теофана Димитрова като дългогодишен преподавател по маркетинг и като колега. Впечатлена съм от ентузиазма и всеотдайността ѝ при преподаване на учебния материал. Доц. д-р Теофана Димитрова се ползва с авторитет и уважение и сред студентите, и сред колегите в ПУ „Паисий Хилендарски“ и НАОА. Личните ми впечатления са, че тя е скромна човек, с чувство за справедливост, последователен и целеустремен изследовател, който умело съчетава преподавателска, научноизследователска и административна дейност.

Заклучение

Документите и материалите, представени от доц. д-р Теофана Димитрова, отговарят на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и съответния Правилник на ПУ „Паисий Хилендарски“. В количествено и качествено отношение публикациите на доц. д-р Теофана Димитрова съдържат научни и научно-приложни приноси, които ги правят изключително полезни за теорията и практиката на маркетинга. Всичко това ми дава основание да дам положителна оценка и с убеденост да предложа на членовете на уважаемото Научно жури да гласуват за избирането на доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова-Станева на академичната длъжност „професор“ в ПУ „Паисий Хилендарски“ по професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг).

14.02.2026 г.

гр. Пловдив

Изготвил:

.....

(проф. д-р Татяна Нецева-Порчева)