

С Т А Н О В И Щ Е

1220-123/25.03.2019г.

по обявения конкурс от Икономически университет – Варна
за заемане на академичната длъжност „доцент”
по научната специалност „Маркетинг“ (бренд мениджмънт)

от проф. д-р Данчо Янков Данчев
Икономически университет – Варна

Настоящото становище е разработено на основание решение на научното жури от 10.01.2019г., назначено със заповед № РД 06-4156 от 19.12.2018г. на Ректора на Икономически университет – Варна, на основание решение на Академичния съвет и решение на Факултетния съвет на факултет „Управление“ (протокол №36 от 12.12.2018г.).

Конкурсът за заемане на академичната длъжност „доцент” по професионално направление 3.8 Икономика и научна специалност „Маркетинг“ (бренд мениджмънт) е обявен от ИУ-Варна за нуждите на катедра „Маркетинг”. Обнародван е в Държавен вестник, бр.91/02.11.2018г. Единствен кандидат по обявения конкурс е гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев от катедра „Маркетинг” при Икономически университет – Варна.

Анализът на документите и представените научни трудове във връзка с участието в конкурса позволява да се направи извода, че гл.ас. д-р Владимир Сашов Жечев е убедителен кандидат, което е основание да се препоръча да му бъде присъдена академичната длъжност „доцент”. Мотивите за това становище са следните:

1. Участието в конкурса е подходящо документирано и съответства на законовите изисквания. Представената информация показва, че гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев успешно съчетава учебната с научноизследователската дейност, което е абсолютно необходима предпоставка за прогресивното развитие на всеки университетски преподавател.

2. Кандидатът в конкурса за „доцент” притежава образователна и научна степен „доктор“ от 2015г., от 2012г. е асистент и главен асистент в катедра „Маркетинг“ при Икономически университет – Варна, има публикуван монографичен труд и други оригинални научни публикации, отговаря на минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“ и няма доказано по законоустановения ред плагиатство в научните трудове.

3. Монографичният труд е публикуван в специализирано научно издателство, обсъден е в специализирано научно звено (катедра „Маркетинг“ при Икономически университет – Варна), рецензиран е от хабилитирани лица, съдържа теоретично обобщение и решава научно-приложен проблем на високо съвременно равнище.

4. Кандидатът в конкурса за „доцент” е утвърден, компетентен, отговорен и уважаван от академичната общност преподавател. Той е главен асистент в катедра „Маркетинг” при Икономически университет – Варна като учебната му заетост в бакалавърска и магистърска степен на обучение е свързана основно с дисциплини, асоциирани с тематиката на обявения конкурс (Маркетинг, Международен маркетинг, Търговска марка и бранд мениджмънт, Международно брендиране и др.), чиито хорариум е напълно достатъчен за участие в конкурса за „доцент”. Гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев е разработил редица учебни програми и лекционни курсове и е публикувал няколко учебници и учебни помагала (6 бр.) по разработените лекционни курсове.

5. Научната продукция на кандидата по направления съответства на неговата преподавателска дейност. Общият брой на публикациите и техният профил отговаря на тематиката на обявения конкурс. Кандидатът участва в конкурса с общо 32 публикации (9 самостоятелни и 23 в съавторство) в обем от 1308 страници, които са достатъчни за количествените изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент”. В тяхната структура доминират научните публикации (3 монографии, 3 студии, 10 научни статии, 10 научни доклада). Научните публикации се характеризират със задълбоченост, актуалност и перспективност. Публикуваните научни трудове са положителен индикатор за качествата на гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев като преподавател и изследовател. Участието в международни и национални научни форуми с 10 доклада е доказателство за високото равнище на научноизследователската дейност на кандидата. Гл.ас. д-р Владимир Сашов Жечев е участвал в 7 научни проекта, провел е редица специализации в България и чужбина, член е на редакторските колегии на редица научни списания, носител е на няколко награди.

6. В монографичния труд „Бранд позициониране: перспективи на пазара на битови услуги“ е осъществен анализ на бранд позиционирането като източник на конкурентно предимство на организациите. Освен монографичният труд, кандидатът в конкурса за „доцент” представя и редица други публикации (монографии, студии, статии и доклади), които многократно надхвърлят минималните изисквания. Значителна част от публикациите са включени в системите за индексирание, рефериране и оценяване. Прави впечатление голямата „видимост“ на публикациите (150 позовавания, h-индекс 4, i10 индекс 3), както и големият брой цитирания от страна на български и чуждестранни изследователи.

7. Основната тематика в научната продукция на гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев е в синхрон със съвременните постижения и тенденции в областта на бранд мениджмънта. Проведените изследвания дават основание да се обобщят редица научни и приложни приноси, които са коректно формулирани и неоспорими. Посочените в документацията по конкурса приносни моменти в теоретичен и практико-приложен аспект отразяват адекватно научната публикационна дейност на кандидата. Съдържащите се в публикациите приноси се изразяват в обогатяване, разширяване и допълване на съществуващите знания:

- Обогатяване на маркетинговото познание по отношение на фундаменталните постановки в областта на управлението на брандовете и по-конкретно – бранд позиционирането и бранд екстензирането. Доброто познаване на научните достижения в тази област на познанието, както и систематичното осмисляне на съществуващите научни хипотези, позволява да се открият редица нерешени проблеми.
- Разширяване на маркетинговото познание по отношение на по-доброто разбиране на концептуалните основи на бранд стратегиите и идентифициране на ефектите от бранд комуникациите в дигитална среда чрез проучване на личностни и социално-икономически фактори. С други думи, съществуваща теория и методология се използват за решаване на конкретни проблеми с формулиране на подходящи обобщения, изводи и препоръки.
- Допълване на съществуващото знание по отношение на апробирани алтернативни методики за изследване на бранд екстензирането, проявлението на имиджовите ефекти и др. Изследванията в това отношение демонстрират потенциала на

кандидата да провежда научни изследвания и правилно да интерпретира техните резултати.

Бележки и препоръки:

1. Съществува известно дублиране на някои публикации по дисертционния труд и тези за участие в конкурса за „доцент“.
2. Съществува несъответствие по отношение на данните, включени в списъка на публикациите в таблици 1, 2 и 3 (с.8-9).

Заклучение:

Посочените констатации и мотиви са основание да се обобщи, че цялостната преподавателска и научноизследователска дейност на гл.ас. д-р Владимир Сашов Жечев отговаря на изискванията на ЗРАСРБ и на Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономически университет – Варна и да се предложи на уважаемите членове на Научното жури да гласуват за присъждане на академичната длъжност „доцент“ на гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев по обявения от Икономически университет – Варна конкурс по научната специалност „Маркетинг“ (бренд мениджмънт).

Изготвил становището:.....



(проф. д-р Данчо Данчев)

РД 20-103/22.02.2019 г.

СТАНОВИЩЕ

**по конкурс за заемане на академичната длъжност „Доцент“, обявен
от Икономически университет - Варна**

1. Обща информация

Изготвил становището: проф. д-р Веселин Хаджиев, катедра „Статистика и приложна математика“, Икономически университет – Варна, научна специалност „Статистика и демография“.

Основание за изготвяне на становището: Заповед на Ректора на Икономически университет – Варна № РД 06-4156/19.12.2018 г. и Решение от първо заседание на Научното жури.

2. Данни за конкурса

Конкурсът е обявен за нуждите на катедра „Маркетинг“ при Икономически университет – Варна по област на висше образование „3. Социални, стопански и правни науки“, професионално направление „3.8. Икономика“, научна специалност „Маркетинг (бренд мениджмънт)“, ДВ бр. 91/02.11.2018 г.

3. Становището се отнася за кандидата

Гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев, катедра „Маркетинг“ при Икономически университет – Варна.

4. Персонална характеристика на кандидата:

Кандидатът за заемане на академична длъжност „Доцент“ Владимир Жечев притежава трудов стаж като асистент и гл. асистент за периода

2012-2019 г. в Икономически университет - Варна. Общият трудов стаж на кандидата е 7 години.

Кандидатът е придобил ОНС „Доктор“ по научна специалност „Маркетинг“ през 2015 г. на тема „Имиджови ефекти от екстензията на бранда при нишови автомобили“. Обучението в ОНС „Доктор“ е проведено в Икономически университет - Варна.

За академичните 2017-2018 и 2018-2019 г. кандидатът има пълна аудиторна заетост в Икономически университет - Варна.

Представените от кандидата Владимир Жечев документи съответстват на изискванията на чл. 62, т. 1 и т. 2 от Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономически университет – Варна (ПУРПНСЗАД).

5. Количествена и съдържателна преценка на представените научни публикации извън процедурата по присъждане на ОНС

Кандидатът участва в конкурса с 32 научни публикации, в т.ч. 1 основна самостоятелна монография, 2 монографии в съавторство, 3 студия от които 1 самостоятелна, 10 статии от които 1 самостоятелна, 10 доклада от които 5 самостоятелни. Кандидатът публикува в широк кръг от авторитетни научни издателства, като голяма част от публикациите са в списания, включени в Scopus и/или Web of Science.

В Scopus авторът притежава $h\text{-index}=1$.

Представената за оценяване самостоятелна монография „Бранд позициониране: перспективи на пазара за битови услуги“ е с общ обем от 251 страници и е публикувана в Библиотека „Проф. Цани Калянджиев“. Изложението е структурирано в три глави, заключение, използвана литература и приложения. Рецензенти на монографичното изследване са проф. д-р Евгени Станимиров и проф. д-р Марин Нешков.

Авторът си поставя за цел да разработи и апробира методика за анализ и оценка на конкурентната позиция на бранда на основата на изследване на австралийската компания за битови услуги Fantastic Services Australia. В тази връзка Владимир Жечев идентифицира, систематизира и оценява различни теории за същността, елементите, значимостта и метриците за оценка на интегрирани маркетингови комуникации и на тази основа изгражда основите за построяване на методика за изследване. Авторът анализира мястото на позиционирането в контекста на управлението на бранда и критично оценява инструментите за изграждане на конкурентно предимство. Владимир Жечев прилага построеният концептуален модел за оценка конкурентната среда на базара на битови услуги в Австралия и сравнява Fantastic Services Australia с основните и конкуренти.

Като основен принос, произтичащ от монографичното изследване може да се посочи изградената методическа рамка за изследване на бранд позиционирането на пазара на услуги в Австралия. Авторът създава условия за трансфериране на получените резултати както на други пазари на услуги, така и на пазарите на услуги в други страни, включително България.

Има основание да се заключи, че представената за оценяване самостоятелна монография има висока научна стойност и отговаря на изискванията на чл. 71, ал. 2, т. 1, 3 и 4 от ПУРПНСЗАД. Представено е доказателство и за изпълнение на изискването по чл. 71, ал. 2, т. 2 от ПУРПНСЗАД.

Другите научноизследователски трудове по чл. 62, т. 4 от ПУРПНСЗАД включват 2 монографии, 3 студия, 10 статии и 10 доклада. Основна част от научните публикации се отнасят до бранд екстензиите. Тази група публикации представлява както обобщение, така и развитие на идеите от основната монография, оценявана по-горе. Останалите

публикации засягат основно проблеми на маркетинга, туристическия продукт и образователния продукт.

Изложеното по-горе дава основание да се заключи, че са изпълнени изискванията за брой и структура на други научни публикации съгласно чл. 71, ал. 4, т. 1 от ПУРПНСЗАД. Представени са доказателства и за изпълнението на изискванията по т. 2 от същата алинея.

6. Количествена и качествена оценка на учебно-преподавателската работа

Кандидатът притежава опит като университетски преподавател. Съгласно представената справка за последните две години гл. ас. д-р Владимир Жечев е водил лекции и упражнения по Маркетинг, Международен маркетинг, Търговска марка и бранд мениджмънт, Международно брендиране, Управление на взаимоотношенията с клиенти. Кандидатът участва като съавтор в създаването и издаването на редица учебници и учебни помагала. За участие в конкурса са заявени 6 учебни публикации.

Представените от кандидата доказателства дават основание да се даде висока оценка на учебно-преподавателската работа. Установява се, че са изпълнени изискванията на чл. 71, ал. 5, т.1 от ПУРПНСЗАД.

7. Научни приноси и влияние

Представени са доказателства за над 100 цитирания. Представени са доказателства за влияние в Scopus h -index=1, в Google Scholar h -index=3.

Представени са доказателства за участие на кандидата в 7 научно-приложни проекти.

Констатира се, че установените при прегледа научни и научно-приложни приноси съответстват на представената от кандидата Справка за научни и научно-приложни приноси.

8. Бележки и препоръки

Нямам допълнителни бележки и препоръки към кандидата Владимир Жечев.

9. Заключение

От представените доказателства може да се заключи, че кандидатът Владимир Жечев отговаря на минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“.

Въз основа на представените за конкурса материали може убедено да се заключи, че кандидатът Владимир Жечев отговаря и на останалите изисквания на ЗРАСРБ и ПУРПНСЗАД.

Предлагам на уважаемите членове на научното жури да гласуват положително за заемане на академичната длъжност “доцент” от гл. ас. д-р Владимир Жечев.

25.02.2019 г.

Варна

Член на жури:

/Проф. д-р В. Хиджиев/

РД 20-05/0502-2019

СТАНОВИЩЕ

от: проф. д-р Боян Любомиров Дуранкев, УНСС – Катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“; ВУЗФ – Катедра „Маркетинг и мениджмънт“;

член на: Научното жури в конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“ в областта на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг (Бранд мениджмънт)“ в Икономически Университет - Варна, конкурс обявен в ДВ бр. 91 от 02.11.2018 г. г., съгласно решение РД 06-4156/19.12.2018 на АС на ИУ - Варна

Със Заповед на Ректора на Икономически университет - Варна № 06-4156 от 19.12.2018 г. за утвърждаване на Научно жури за избор на „Доцент“ съм определен за член на Научното жури, а с решение на първото заседание на журито на 10.01.2019 г. съм задължен да изготвя становище по конкурса.

1. Общо представяне на получените материали

Представената документация е в изискуем обем и отговаря на Закона за развитие на академичния състав и Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав на Икономическия Университет - Варна. Тя, документацията, е отлично подготвена и представена, което съществено облекчава подготовката на становището.

В обявения конкурс е подал документи **един кандидат**, а именно **гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев**.

Още тук трябва да споделя, че наблюдавам по пряк (като негов колега) и косвен начин (предимно чрез някои от неговите публикации и академични изяви на научни конференции) **личностната, интелектуалната и в частност – научната и преподавателската еволюция** на кандидата за „доцент“. Не е без значение и фактът, че през 2015 г. бях официален **рецензент на дисертационния му труд** на тема „Имиджови ефекти от екстензията на бранда при нишови автомобили“, за който се изказах възторжено.

2. Представяне на кандидата за участие в конкурса

Владимир Сашов Жечев е роден на 2 януари 1986 година в гр. Стара Загора. **Завършва успешно средното си образование през 2005 г.** в Гимназия с преподаване на чужди езици (ГПЧЕ) „Н. Вапцаров“, гр. Шумен с профил „чуждоезиков“ (английски и руски език).

През 2009 г. се дипломира в Arnhem Business School като **бакалавър по бизнес администрация** (международен бизнес и мениджмънт). Продължава обучението си и през 2011 придобива степен **магистър по бизнес администрация** в University of Wales.

Докторската си дисертация защитава през 2015 г. по научна специалност „Маркетинг“ в Икономически университет – Варна.

От 2012 г. е на **основен трудов договор** в Икономически Университет – Варна. 2014– 2015 му е поверена позицията експерт в сектор „Управленски анализи и рейтингова система“, като от 2015 г. е ръководител на сектора. 2015–2016 г е заместник програмен директор на съвместна магистърска програма с Nottingham Trent University.

Преподава по дисциплините „Маркетинг“, „Международен маркетинг“, „Търговска марка и бранд мениджмънт“, „Международно брандиране“, „Управление на взаимоотношенията с клиенти“. Провел е общо 1321 часа в ОКС „бакалавър“ и 272 часа в ОКС „магистър“ за периода 09.2015 – 06.2018.

Специализации има в Тайланд, Испания, Германия, Холандия, Белгия, Украйна, Португалия, Великобритания, Чехия и др. Практически специализации във Великобритания, Белгия (Европейска комисия) и Франция (Европейски парламент). Двоен участник в Global Responsibility Week, Nottingham Business School, Великобритания. Рецензирал за Journal of Hospitality Marketing and Management, САЩ. Сертифициран вътрешен одитор ISO 9001:2015.

Членува в авторитетни научни организации. Член на редакторската колегия на the International Journal of Professional Management, издавано от международната асоциация на професионалните мениджъри.

Носител е на международна награда за млад учен, присъдена за приноси в областта на маркетинга - VIRA International Foundation, 2016. Печели първо място в конкурс за млади учени и специалисти „Инж. Златан Бръчков“ за 2016 г., гр. Варна. Високо **ценен** като преподавател е от академичната общност.

Чужди езици владее на завидно професионално ниво: Английски (C1), Руски (B2); те са доказателство че той, ако ги ползва активно, не е „едностранно“ ориентиран.

Посочвам горните факти не за да трупам повече страници в становището си, а да илюстрирам обстоятелството че **кандидатът е със завиден интелектуален потенциал**. От една страна, на такъв потенциал – за съжаление – не могат да се наслаждават не само други главни асистенти, но и доценти, а също и професори – включително и с прилагателното „западни“. От друга страна, а това е още по-важното (според мен), този потенциал не трябва да се забива в една остра и опасна изчерпана (в голяма степен!)

ниша, каквато е маркетингът. По повод на последното ще кажа няколко думи в бележките и препоръките.

3. Професионална характеристика на кандидата

Гл. ас. д-р Владимир Жечев има 419-453 часа **ежегодна трудова заетост** през последните три години в Икономически университет - Варна, удостоверена с документ за аудиторна заетост. Тя е нормална както за главен асистент, така и за доцент, който трябва да има достатъчно свободно време за научни изследвания, размисли и следващо академично израстване.

Кандидатът за „доцент” е **известен специалист** по маркетинг не само в Икономически университет - Варна, където преподава, но и в други висши училища и на различни академични форуми, което се доказва от посочените участия в научни публикации и конференции.

Професионалното развитие на кандидата за заемане на академичната длъжност „доцент” бележи различни (във възходящ ред) стъпала. През периода от постъпването си на работа в Икономически университет - Варна, и досега, той е участвал в различни специализирани учебни прояви и конференции (отчитам и публикациите, и участията в конференции преди и след защитата на докторската му дисертация). Това е една доста убедителна професионална (научна и практическа) кариера.

Като **преподавател** гл. ас. д-р Владимир Жечев се е специализирал предимно в областта на маркетинга и в частност - в брандинга. В този порядък бих желал да припомня, че кандидатът владее на високо ниво английски и руски език, което (освен разностранната му любознателност) е позволило да изследва свободно значим брой специализирана научна литература по въпросите на преподаваните дисциплини, част от която е индикирана и критично анализирана в неговите публикации. Освен това, той води и дисциплини на английски език.

Чрез своята научна продукция гл. ас. д-р Владимир Жечев е известен като **автор на редица стойностни публикации**. Специално за участието си в конкурса той е представил както следва: 1 монография, 6 учебници, 7 студии и 10 статии в научни списания, 14 участия в научни конференции. Общият обем на публикациите на кандидата за „доцент” са 1378 стандартни страници. Те не са включени в списъка на трудовете за получаването на образователната и научната степен „доктор”. Съвместните участия са коректно разделени с протоколи.

Освен всичко, посочено по-горе, у нас гл. ас. д-р Владимир Жечев е известно име в академичните среди както с точните си попадения на научни теми, така и с компетентното им анализиране и ясно излагане на научен език. Притежава неоспорими аналитични способности, умее да работи ефективно в екип. Известен е като **изключително компетентен специалист, който се отличава с научно достойнство и професионална скромност.**

4. Количествена и качествена оценка по нормативните критерии и показатели

Според приетия „Закон за развитие на академичния състав в Република България” кандидатите за заемане на академичната длъжност „Доцент” се оценяват по съвкупност от критерии и показатели. Те са посочени императивно както в ЗРАСРБ, така също и в свързаните с тях изисквания, приети в **Правилника за развитие на академичния състав на Икономически Университет - Варна.**

Отговор на базовите законови и допълнителните изисквания Закона и на Правилника:

Според: Чл. 24. (1) (Изм. - ДВ, бр. 101 от 2010 г.) Кандидатите за заемане на академичната длъжност „доцент“ трябва да отговарят на следните условия:

1. **да са придобили образователна и научна степен „доктор“ - да;**
2. **не по-малко от две години:**
 - а) да са заемали академична длъжност „асистент“, „главен асистент“ – да;
3. да са **представили публикуван монографичен труд** или равностойни публикации в специализирани научни издания или доказателства за съответни на тях художественотворчески постижения в областта на изкуствата, които да не повтарят представените за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ и за придобиването на научната степен „доктор на науките“ - да.“

По линия на предоставените ми **Правила за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономически университет – Варна**, констатирам че от другите научни публикации се изискват не по-малко от осем научни статии (а кандидатът има 15, макар и някои в съавторство) и не по-малко от три научни доклада (а кандидатът е участвал с 14) – отново изискванията на университета са надхвърлени.

Може да се заключи, че по линия на *нормативни критерии и показатели за оценка на учебната и изследователската работа* кандидатът не само **покрива**

минималните изисквания, но и ги надхвърля съществено. Тези факти са отразени при проучването на трудовете на кандидата.

Според приетия Закон и Правилник, кандидатите за заемане на академичната длъжност „Доцент“ се оценяват по съвкупност от критерии и показатели за научно-изследователската дейност. Приемам като стойностни представените публикации. Ще акцентирам само върху монографията на тема „Бранд позициониране: перспективи на пазара на битови услуги“ с обем на 283 страници. Темата на монографията може категорично да се характеризира като актуална оригинална – това е **сериозно академично изследване** по тази проблематика. Целта на автора на монографията е много амбициозна, а именно да се изследват в теоретичен и практически аспект предпоставките и ограниченията по отношение бранд позиционирането в системата на битовите услуги.

Чрез прочита на монографията проумях **причините за избор на тема**, която гарантирано е свързана не с проучване чрез „поглед, забит в тавана“, а чрез мащабно практическо проучване, каквото в България едва ли може да се организира на този етап. Запознах се и с двата протокола от обсъждането на монографията на Катедрения съвет, които облекчиха становището ми.

Смея да отбележа, че чрез **това монографично изследване** кандидатът за „доцент“ се представя като зрял и смел академичен изследовател. Първо, за *обект на изследване* са избрани услуги (битови), които обаче гравитират както към материалното производство, така и към извънпроизводствената сфера (почистване при приключване на договори за наем; почистване на килими; еднократно почистване); те не са типични извънпроизводствени услуги като, например, застраховането или подстригването. Този факт би усложнил всякакво изследване. Второ, *бранд позиционирането* в системата на услугите, в условията на „транссексуален“ обект, е доста по-различно от традиционното позициониране на „истинска“ услуга, несвързана с материалното производство; това е двойно усложняващ факт; още повече че целта на конкретния монографичен труд е въз основа на научно-аргументиран анализ, теоретични идеи и изследване на позиционирането на Fantastic Services Australia (FSA), да се разработи и апробира методика за анализ и оценка на конкурентната позиция на бранда в изследваната държава (и основните регионални пазари) и в тази връзка – да се открият някои приложни комуникационни аспекти (които да послужат в практиката и на компании от други браншове), както и да се формулират изводи и насоки за изграждане на подходяща позиционна стратегия. Трето, *използването на ИМК в бранд позиционирането*, особено

на такъв конкурентен пазар като точно този тип битови услуги (където можеш да хванеш за „един пробит долар“ някой от улицата, за да свърши тази работа), е насочено към формирането на преимуществено доверие (1) към организацията и (2) качеството на нейните услуги (което формира, ако е успешно, имиджов монопол) – трети усложняващ факт.. Няма да обременявам становището си с повече подсказване за сложността на подобен тип изследване, но ще дам категоричната си оценка: съвместно свършена професионална изследователска работа, правилно поднесени заключения и изведени насочващи препоръки!

Ще отбележа и останалите публикации, които прочетох, **преимуществено харесах** и ще използвам в преподавателската си практика: общи номера на учебниците 40, 42, 44 (защо, интересно, учебниците се тълкуват в България като по-малко важни?!); студии 10, 11, 12; статии 15, 22; доклади 26, 28, 31, 33, 34.

Приемам всички представени публикации като имащи **пряко или косвено отношение към конкурса за „доцент“** поради следните основания: те доказват много висока степен на познаване на методологията и методиката на научните изследвания в областта, за която кандидатства – маркетинг и в частност в брандинга; те са основани на лични изследвания (библиотечни, научни или практически), които могат да бъдат използвани пряко в преподавателската дейност на кандидата; публикациите свидетелстват и са илюстрация на еволюцията в академичното израстване на гл. ас. д-р Владимир Жечев, довело до публикации в специализирани издания, което само по себе си е гаранция за достатъчно високо научно равнище; в монографията, студиите и статиите (доста от тях – в съавторство с известни академични представители) са развити класически и са изказани нови моменти за теорията и практиката на маркетинга. Научните публикации на кандидата съдържат оригинални авторски постижения, които определиха място за гл. ас. д-р Владимир Жечев в академичните среди; те са личен продукт на автора, при това всички представени значими трудове са рецензирани.

Както става ясно от гореизложеното, гл. ас. д-р Владимир Жечев **надхвърля чувствително изискуемите количествени и качествени показатели.**

5. Приноси в научните изследвания на кандидата

Научните интереси, съответно **научните приноси**, изразени в неговите лични и колективни публикации, могат да се подразделят в следните важни области:

6.1. *Доразвиване и доуточняване на теорията за маркетинга и в частност - в брандинга.* Осъществен е оригинален анализ на бранд позиционирането като

конкурентно предимство, като се отива до отчитане влиянието на ИМК върху това позициониране.

6.2. Обобщени са теоретични модели за изследване на бранд позиционирането.

На тяхна база е разработена методическа база и адаптирана методика за изследване на позиционирането на FSA спрямо основните ѝ конкуренти.

6.3. Предложени са, аргументирани са с подходящи научни изводи, и е изследвана приложимостта на различните модели на позиционирането.

Публикациите на кандидата – чрез тези приноси – могат да **обслужват учебния процес по редица учебни дисциплини.**

Обобщено **научните постижения** на гл. ас. д-р Владимир Жечев могат да бъдат отнесени към групата на „обогатяване на съществуващите знания” и на „приложение на нови научни постижения в практиката”, а така също и получаване на нови данни и факти за изучавани икономически обекти.

Казаното до тук ми дава основание да направя заключение че представените работи от кандидата за академичната длъжност „доцент” по съдържание и по количество са **напълно достатъчни за заемане на тази длъжност.** Наред с това трябва да се има предвид, че избраният научен профил отговаря на потребността за извършване на научни изследвания и преподаване в указаната научна специалност. Представените научни трудове и преподавателската дейност на кандидата покриват профила на обявения конкурс.

6. Характеризиране академичната известност на кандидата

Гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев е **популярно име и респектиращ колега** както със задълбочените си познания, идеи и интерпретации, така също и с публичните си изяви на различни академични прояви. Индикаторите чрез Scopus, Google Scholar и Research gate го нареждат сред **най-известните имена на български граждани (икономисти)** в световните академични системи, за което той е приложил доказателствена справка. Независимо от това обстоятелство, а и може би поради краткия срок за запознанство на нашата академична общност с монографията му, на нея не е обърнато внимание и не е цитирана, но мога да допусна че още през тази година това обстоятелство ще се промени.

7. Критични бележки и препоръки

Всеки кандидат за „доцент“ може да бъде предизвикан към по-нататъшна еволюция на своите възгледи и научни идеи. Позволявам си следните **препоръки**. Те са от добри колегиални и приятелски чувства, от идеята че чрез тях кандидата може (а и трябва) да мисли както за своето бъдеще, така и за бъдещето на науката, която ще продължи да развива в академичните си търсения:

7.1. Една „техническа“ бележка. В малки периферни страни като България, но също и в „добрите практики“ на препоръчвани авторитетни академични списания, са налице системни опити за „енциклопедична канонада“ от цитати на „Авторитети“. Дали ще се цитира Нютон или Айнщайн, Желев или Дуранкев, това въобще не е важно. Важно е след „тройно изстискания лимон“ да остане собствената идея. Затова *първата ми препоръка* към колегата Жечев е – като стане доцент – да публикува следващите си поне 2-3 статии без цитати, за да се увери колко гладка мисъл ще се получи. Впрочем, това бих препоръчал и на себе си, и на колегите си; зная че цитирането в нещастната ни академична общност е канонизирано от образователната прокуратура, зная че ако не цитираш и не те цитират си кръгла нула – поне според нашенските стандартни академични потури. Но науката е One Man Show, въпреки че се изисква да е масова Bohemian Rhapsody, The Show Must Go On.

7.2. Една „съдържателна“ бележка. Тя е по-важната. Не съм убеден че е ефективно с артилерия да се стреля по врабци. Познавам много добре потенциала на Икономически университет, потенциала на катедрата, потенциала на самия кандидат за „доцент“. Те са много по-мощни, отколкото да се насочват към изследването на частни проблеми. Сегашният маркетинг, развиващ се при икономическа система, функционираща на база печалба, не само не решава, даже да го гримираме с green, но и създава проблеми, каквито не е имало в предходни десетилетия. Затова *втората ми препоръка* към (нашата обща надежда) колегата Жечев е – след като има длъжността „доцент“, която сменя оковите на точкогоненето – да се насочи към проблеми от системен и междусистемен характер, поне в отношението „маркетинг – сегашна икономическа система“, или още по-широко: „маркетинг – общество – икономика – природа“. Развивам толкова подробно тази си препоръка, понеже вярвам че гл. ас. д-р Владимир Жечев не иска да прелети като врабец през системата на науката, изчезвайки безследно като десетки хиляди „временни учени“. Предизвиквам го!

Тези бележки не са от такъв характер, че да се оспорват приносите на кандидата за академичната длъжност „доцент“; те са често насочвани към „наследниците ни“ в науката и образованието.

8. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гл. ас. д-р Владимир Жечев в качеството му на кандидат за академичната длъжност „доцент“ отговаря на приетите препоръчителни научни и наукометрични формални изисквания. **Научната продукция** на кандидата съдържа резултати, представляващи научни и научно-приложни приноси; насочена е към усъвършенстване на науката маркетинг и в частност - в брандинга като теория и практика; съдържа обобщения на резултати, получени чрез изследователската му дейност.

Нямам роднински връзки с кандидата. Не притежаваме съвместни публикации. Познавам го като съвестен, коректен и задълбочен изследовател, ценен и уважаван в академичната общност.

Въз основа на запознаването с предоставените научни трудове, тяхната значимост, съдържащите се в тях научни и приложни приноси, **намирам достатъчни основания да предложа гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев да бъде избран на академичната длъжност „доцент“ в областта на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг (Бранд мениджмънт)“ в Икономически университет - Варна.** Убеден съм, че заемането на академичната длъжност „доцент“ ще бъде заслужено и ще даде добри възможности за бъдещо му научно творчество и изяви като преподавател.

Личното ми становище е „ДА“ и ще остане непроменено докрай!

Член на научното жури:

(проф. д-р Боян Любомиров Дуранкев)

03 февруари 2019 г.

РД 20-106/25.02.2019г. СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р **ИВАН РАШКОВ МАРЧЕВСКИ**, катедра „Маркетинг“ към Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов, хабилитиран по научна специалност „Маркетинг“. Член на Научно жури, определено със заповед № РД 06-4156 от 19.12.2018 г. на Ректора на ИУ – Варна и Решение от първо заседание на научното жури от 10.01.2019 г. за определяне на рецензенти по конкурса.

Данни за конкурса

Становището е изготвено във връзка с конкурс за заемане на академична длъжност **ДОЦЕНТ** към Икономически университет - Варна, в област на висшето образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност Маркетинг (бренд мениджмънт), за нуждите на катедра „Маркетинг“ на ИУ - Варна („Държавен вестник”, бр.91/02.11.2018 г.)

При написването на становището е съблюдавана индикативната структура на „становище“, разработено от член на научно жури за заемане на академична длъжност „доцент“ по обявени конкурси в ИУ - Варна.

Персонална характеристика на кандидата

По обявения конкурс за заемане на академична длъжност „доцент“ участва един кандидат - гл.ас. д-р Владимир Сашов Жечев. Кандидатът е представил документите, които се изискват съгласно ЗРАС в Р България, Правилника за неговото приложение и ПУРПНСЗАД в ИУ - Варна.

От предоставената автобиография става ясно, че Владимир Сашов Жечев е завършил висшето си образование в чужбина. През 2009 година придобива бакалавърска степен в Arnhem Business School - специалност „Международен бизнес и мениджмънт“, а през 2011 завършва магистратура в University of Wales – специалност „Бизнес администрация“. Той има общ преподавателски стаж към момента на изготвяне на становището от 9 години. Преподавателската си кариера започва като асистент във Висше училище по мениджмънт през месец февруари 2011 г., а от юли 2012 е на работа в ИУ-Варна, където е заемал последователно длъжностите асистент и гл. асистент. През периода 9.2015 - 9.2016 е Заместник програмен директор на съвместна магистърска програма с Nottingham Trent University. Освен с преподавателска дейност той е ангажиран и като експерт, а по късно и ръководител, на сектор „Управленски анализи и рейтингова система“ в ИУ – Варна. Преди това е работил като маркетингов консултант. (справка 3 - CV).

Владимир Жечев притежава докторска степен, придобита през 2015 година, на база на успешно защитена дисертация на тема „Имиджови ефекти от екстензията

на бранда при нишови автомобили”. Този факт е удостоверен чрез приложената към документите по конкурса Диплома от ИУ - Варна № 053 от 27.04.2015 г., за притежавана образователна и научна степен „доктор” по научна специалност „Маркетинг” (*справка 4*).

Гл. ас. д-р Владимир Жечев е член на редакционната колегия на списание The International Journal of Professional Management, рецензирал е материали за списание Journal of Hospitality Marketing and Management.

Владимир Жечев е и сертифициран вътрешен одит на системи за качество ISO 900—2015. (*справка 4*).

Обща оценка на представените научни трудове след последната процедура

За рецензиране в рамките на конкурса гл.ас. д-р Владимир Сашов Жечев е представил 32 научни публикации, 15 от които са на чужд език с общ обем от 692 страници (*справка 6*). В тях се включват 3 монографии, 2 от които самостоятелни (общо 482 страници), 5 студии в съавторство (общо 122 страници), 10 научни статии (общо 47 страници, тъй като 9 от тях са в съавторство), 7 от които в чуждестранни издания (32 страници) и 14 научни доклада (112 страници), от които 3 в чужбина. За съвместните публикации не са представени разделителни протоколи. Добро впечатление прави фактът, че 3 от публикациите са в издания, включени в базата данни на SCOPUS (*Справка 9.1*), а 6 в базата данни на Web of Science (*справка 9.2*).

По данни от системата Google Scholar публикациите на кандидатът имат над 18 000 четения, 150 позовавания и 51 цитирания (*Справка 9*). По данни от същата система кандидатът има индекс на Хирш (h-индекс) 4.

За хабилитационния монографичен труд са представени доказателства за съответствие с изискванията на чл.71 ал.2 т. 2 и 3 от ПУРПНСЗAD в ИУ - Варна.

По отношение на предоставените за рецензиране материали не намерих доказателства за наличие на плагиатство.

Констатация. Общото впечатление от научно-изследователската дейност на гл.ас. д-р Владимир Сашов Жечев е, че той се вписва в профила на направлението, за което е обявен конкурса – Маркетинг. Количествените параметри на научната му продукция чувствително надхвърлят изискванията залегнали в чл. 62, т.3, във връзка с чл.71, ал.2, 3 и 5, от ПУРПНСЗAD в ИУ - Варна, а качеството съответства на утвърдените стандарти за направлението. Това ми дава основание за положителна оценка на научно-изследователската дейност

Обща оценка на учебно-преподавателската работа

Оценката ще направя в няколко направления

Първо, аудиторна заетост.

Документите, които кандидатът е предоставил, дават основание да се твърди, че той участва в конкурса легитимно. Представени са надлежно заверени справки за учебната заетост на гл. ас. д-р Владимир Жечев за три учебни години от 2015/16 до 2017/18. (*Справка 5*). За посочения период кандидатът е имал годишна аудиторна заетост в интервала между 419 и 453 часа със студенти в ОКС „Бакалавър“ и между 70 и 117 часа със студенти в ОКС „Магистър“.

Второ, разработени и публикувани учебни материали.

За рецензиране са представени 6 учебника и учебни пособия с общ обем от 615 страници като един от учебниците е самостоятелен (*Справка 6*). Всички са фокусирани върху проблеми, които имат отношение към маркетинга и може да се приеме, че са релевантни за конкурса.

Трето, работа със студенти и участие в научни проекти.

В автобиографията на кандидата е отбелязано участие в 7 проекта. Три от тях имат за целева група студенти, 2 имат за фокус социалното предприемачество, а 2 са с приложен характер. В материалите по конкурса не са предоставени доказателства за участие в проекти с научно-изследователски характер.

Четвърто, друга дейност с образователен характер.

Гл. ас. д-р Жечев има богата опит като участник в международен обмен, както по програма Еразъм+, така и извън нея. Общият брой на участията е 18 като основната част са в качеството на гост лектор (*Справка 14*).

Констатация. Въз основа на предоставените материали може да се заключи, че постиженията в областта на **учебно-преподавателската работа** на кандидатът по конкурса, гл.ас. д-р Владимир Сашов Жечев покриват изискванията към преподавател, заемащ академичната длъжност „доцент“.

Научни постижения и приноси на кандидата

Запознаването с трудовете на кандидата ми дава основание да приема, че в неговите разработки имат оригинални приноси, които могат да се систематизират в следните аспекти. Първо, **обогатяване на съществуващото маркетингово знание** в областта на бранд мениджмънта чрез анализ на влиянието, което бранд позиционирането и бранд екстензиите оказват върху резултатите на бизнес организациите (*публикации 7.1, 13.6, 14.7, 21.7, 24.10, 30.6, 32.8 и 35.11*). Второ, **развитите на инструментариума**, на маркетинговото управление, чрез дефиниране на ключови метрики и разработване и апробиране на методика за позиционен анализ в контекста на фирма от сферата на услугите (*публикация 7.1*). Трето, **комплексно проучване на конкретен бизнес проблем** – обвързване на бранд позиционирането с ИМК и очертаване на връзката им с пазарните резултати на бизнес организациите (*публикация 7.1*).

Критични бележки и препоръки

Критични бележки относно научната продукция на гл. ас. д-р Владимир Жечев могат да се фокусират в две направления. На първо място, към момента се констатира прекалено голямо разнообразие от теми, към които са насочени научните интереси на кандидата. В разработките му могат да се открият поне 5 направления на изследвания, които покриват доста различна проблематика. Желателно е по-категорично съсредоточаване върху маркетинговата проблематика. Второ, в бъдещите си изследвания колежата би могъл да засили използването на аналитичен маркетингов инструментариум за сметка на изследвания с дескриптивен характер.

Обобщена оценка

Всичко изложено до тук и непосредствените ми впечатления от кандидата ми дават основание да твърдя, че:

- Гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев покрива минималните национални изисквания за заемане на академична длъжност „доцент“, съгласно Приложение към чл.1, ал.1, чл.53, ал.1, т.4 и чл.54, ал.1 от ППЗРАСРБ, както и изискванията предвидени в чл. 62 и чл. 71 от ПУРПНСЗАД в ИУ – Варна.
- Владимир Сашов Жечев е учен и преподавател, с авторитет и известност сред академичната общност.
- Той има сериозен потенциал за развитие като учен и като преподавател и би спомогнала за издигане авторитета на катедра „Маркетинг“ и ИУ - Варна, у нас и в чужбина.

Заключение. С убеденост изразявам категоричното си становище, че гл. ас. д-р Владимир Сашов Жечев има необходимите качества и постижения за да заеме академичната длъжност „доцент“ на Икономически университет - Варна по научна специалност Маркетинг. В тази връзка си позволявам да предложа на уважаемото Научно жури и Факултетния съвет при факултет „Управление“ на ИУ - Варна да **одобри кандидатурата** гл.ас. д-р Владимир Сашов Жечев за заемане на академичната длъжност „доцент“ по „Маркетинг“.

Свищов
22.02.2019 г.

доц. д-р Иван Марчевски:

ДО

Научното жури, определено със заповед 06-4156/19.12.2018 г. на Ректора на Икономически университет – Варна за провеждане на конкурс за заемане на академична длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8. „Икономика“, научна специалност „Маркетинг (Бранд мениджмънт)“, публикуван в ДВ., бр. 91 от 02.11.2018 г.

РДРД-НО/РГ.ОП.2019

СТАНОВИЩЕ

относно

кандидатура за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“ в Икономически университет – Варна по професионално направление 3.8. „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“ (бранд мениджмънт)

Участник в конкурса:	Д-р Владимир Сашов Жечев
Основание за написване на рецензията:	Обявен конкурс за академична длъжност „доцент“ по област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление: 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг (бранд мениджмънт)“, публикуван в ДВ, бр. 91 от 02.12.2018 г., за нуждите на катедра „Маркетинг“ при Икономически университет – Варна, на основание чл. 4, във връзка с чл. 26 от ЗРАС в Република България, чл. 66 от Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИУ – варна, решение на факултет „Управление“ (протокол №36/12.12.2018 г.) и заповед №06-4156/19.12.2018 г. на Ректора на ИУ – Варна.
Рецензент:	Доц. д-р Тодор Борисов Кръстевич, Р-л катедра „Маркетинг“ при СА „Д. А. Ценов“ – Свищов, член на научното жури по конкурса.
Научна специалност на рецензента:	„Маркетинг“

Д-р Владимир Сашов Жечев е единствен кандидат за участие в конкурса за академична длъжност „доцент“ по научната специалност „Маркетинг“, обявен на 01.12.2018 г. в ДВ за нуждите на катедра „Маркетинг“ от факултет „Управление“ на Икономически университет – Варна.

Декларирам, че констатациите, мненията и преценките в настоящото становище са се базират и са изведени от предоставения ми пакет от документи от офис НИДД на ИУ – Варна на 10.01.2019 г., както и от публикации на кандидата.

I. ПРЕДСТАВЯНЕ НА КАНДИДАТА: ПРОФЕСИОНАЛНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Д-р Владимир Сашов Жечев е завършил висше образование през 2009 година по ОКС „бакалавър“ по програма „Международен бизнес и мениджмънт“ със специалност „Маркетинг“ в Бизнес училище Арнем, Университет ХАН, Холандия. През 2010 година придобива ОКС „магистър“ по бизнес администрация в Университета на Уелс, Великобритания. От 2013 до 2015 година е докторант по програма „Маркетинг“ на Икономически университет – Варна. На 27.04.2015 година след успешна защита на дисертация на тема „Имиджови ефекти от екстензията на бранда при нишови автомобили“ му е присъдена ОНС „доктор“ по маркетинг.

Кандидатът има професионален опит, придобит от работата му като консултант по маркетинг за Дженерал Мотърс Югоизточна Европа, България през 2009 година. От 2011 година е привлечен като асистент в Икономически университет – Варна. От 2015 година заема академичната длъжност „главен асистент“ в същия университет. От 2014 година е ръководител на сектор „Управленски анализи и рейтингова система“. Д-р Жечев е член на редакционната колегия The International Journal of Professional Management, Великобритания, специализирано издание на международната професионална мениджърска асоциация. Насител е на награди за млад учен на община Варна, както и на международната фондация Venus от Индия.

Паралелно с изпълнението на академичните и административни задачи, от 2015 година д-р Жеков е консултант на свободна практика към българското представителство на компанията Фантастик Сървисиз Австралия. В рамките на ангажиментите му към тази компания очевидно е възникнала идеята за написване и публикуване на монографията „Бранд позициониране: перспективи на пазара на битови услуги“, с която участва в обявения конкурс.

Автобиографичната информация на кандидата подсказва наличието сериозен научно-изследователски, педагогически и практически опит. В този контекст са изпълнени формалните изисквания по реда за заемане на академична длъжност „доцент“, предвидени в чл. 24(1) т. 1, 2 и 3 от ЗРАС в РБ, чл. 53 от Правилника за неговото прилагане, както в чл. 62 (1) на Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономически университет – Варна.

II. ОЦЕНКА НА УЧЕБНО-ПРЕПОДАВАТЕЛСКАТА РАБОТА НА КАНДИДАТА

Кандидатът за заемане на обявената академична длъжност „доцент“ има почти 8 години преподавателски опит като асистент и главен асистент във висше училище. През последните години е имал висока аудиторна заетост, като е водил лекции и упражнения пред студенти както в бакалавърски, така и в магистърски програми в ИУ – Варна. Част от преподаваните дисциплини в ОКС „магистър“ са на английски език, в рамките на съвместна магистърска програма с Бизнес училището в Нотингам, Великобритания [вж. Справка №5].

Владимир Жечев е бил член на научно-изследователски екипи, работили по шест международни проекти на ИУ – Варна, като е заемал позиции и изпълнявал роли на експерт, преподавател, академичен наставник координатор.

Д-р Жечев е съавтор на шест учебника и учебни пособия, едно от които на английски език. Съавторството му е паритетно и е в обем на 615 страници. Учебниците и учебните пособия са тясно специализирани в областта на маркетинга, бранд мениджмънта, управлението на взаимоотношенията с клиентите и маркетинговите комуникации в управлението на хотели и

кореспондират с търсената специалност на обявения конкурс [вж. Справка №6, таблица V].

Предвид тези факти, може да се направи обосновано предположение, че кандидатът е натрупал солиден преподавателски опит и е в състояние да планира, организира и провежда академични лекционни курсове и семинарни занятия по дисциплини, кореспондиращи с обявената по конкурса научната специалност „Маркетинг“. С тези си показатели кандидатът **отговаря изцяло** на изискванията на чл. 62, т. 1, 2 и 3, както и на чл. 71 (6), т. 1 от Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономически университет – Варна.

III. ОБЩА (КОЛИЧЕСТВЕНА И КАЧЕСТВЕНА) ОЦЕНКА НА НАУЧНИТЕ ДТРУДОВЕ И РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКАТА ДЕЙНОСТ НА КАНДИДАТА

Д-р Владимир Жечев участва в конкурса за академичната длъжност „доцент“ с една самостоятелна монография (283 стр.), 5 студии в съавторство (общо 122 авторски страници), две от които са публикувани в българско списание, фигуриращо както в SCOPUS, така и в националния референтен списък на НАЦИД. Представил е и две монографични произведения на английски език с общ обем авторски страници 199 (т. 1 и т. 2 от раздел II на справка №6), както второто има характер по-скоро на аналитичен доклад. Кандидатът е представил десет научни статии (девет от които в съавторство). Една от статиите е на български, а останалите – на английски език. Три от статиите са публикувани в списания, реферирани и индексирани в SCOPUS. Общият обем на авторски страници в статиите е 47. Владимир Жечев е участвал в множество научни конференции с доклади. 14 от тях са публикувани в сборници. Пет от публикуваните доклади са самостоятелни. Общият обем авторски страници на публикуваните доклади е 112.

Структурен обзор на публикациите, представени за рецензиране от кандидата (включително издадените учебници и учебни помагала) е представен на Таблица 1.

Таблица 1. Количествено обобщение на публикационната дейност на Владимир Жечев.

Вид на публикацията	Самостоятелни		В съавторство		Общо	
	бр.	стр.	бр.	стр.	бр.	стр.
1. Монографии	2	382	1	100	3	482
в т.ч. в чужбина	1	99	-	-	1	1
2. Студии	-	-	5	122	5	122
в т.ч. в чужбина	-	-	3	83	3	83
3. Статии	1	7	9	40	10	47
в т.ч. в чужбина	-	-	8	29	8	29
4. Научни доклади	5	62	9	50	14	112
в т.ч. в чужбина	-	-	1	6	1	6
Всичко (научна продукция):	8	451	24	312	32	763
в т.ч. в чужбина:	1	99	12	118	13	217
5. Учебници и учебни помагала	1	34	5	581	6	615

В тематично отношение, публикациите на д-р Жечев са фокусирани основно върху (1) управление на търговската марка (с акцент върху бранд позиционирането и измерване на потребителските нагласи в сектора на услуги и автомобилния пазар), (2) управление на взаимоотношенията с клиентите (отново с акцент върху сектора на услугите), (3) управлението на приходите и организация на резервациите хотелиерството и (4) управление на знанията (с акцент системата на висшето образование).

Основен интерес предизвиква самостоятелното монографичното изследване на кандидата [Жечев, В., (2018) Бранд позициониране: перспективи на пазара на битови услуги. Издателство „Наука и икономика“, ИУ – Варна], посветено на методическите проблеми на позиционния анализ на търговска марка и извеждане на стратегии за оптимално продуктово позициониране в сектора на услугите в Австралия. В това изследване авторът демонстрира знания и умения за провеждане на задълбочено и обхватно емпирично изследване, насочено към решаване на конкретен маркетингов проблем. Подобен подход откриваме и в една по-раншна публикация на английски език [Zhechev, V. (2011) General Motors Bulgaria Research Paper: The penetration of the crisis and its impact on General Motors Bulgaria, VDM, Germany]. Въпреки, че това изследване има характер на аналитичен доклад, систематичният подход при неговото написване и представяне има и белезите на монографичност.

Повечето от публикуваните статии и студии са в реферирани издания с научно рецензиране. Публикуваните доклади от участия в научни конференции отразяват напредък в изучаваната материя.

След обстойно обследване на всички публикации, предложени от кандидата за участие в конкурса, се констатира, че минималните национални изисквания по, заложен в Правилника за прилагане на закона за развитие на академичния състав в Република България са изпълнени (вж. Таблица 2).

Таблица 2. Фактическо изпълнение на минималните национални изисквания по групи показатели (брой точки, съгласно Приложение към чл. 1, ал. 1, чл. 53, ал.1, т.4 и чл. 54, ал. 1 от ППЗРАС в Република България)

Група от показатели	Номер на показателите	Минимални национални изисквания (точки за доцент)	Фактическо състояние	Изпълнение
A	Показател №1 (ОНС „Доктор“)	50	50,00	<input checked="" type="checkbox"/>
B	Показател №3 (Хабилитационен труд)	100	100,00	<input checked="" type="checkbox"/>
Г	Сума от показателите от №4 до №10	200	225,83	<input checked="" type="checkbox"/>
Д	Сума от показателите от №11 до №13	50	55,00	<input checked="" type="checkbox"/>

IV. ХАРАКТЕРИЗИРАНЕ НА НАУЧНИТЕ ПРИНОСИ НА КАНДИДАТА

Представените по конкурса научни трудове на кандидата Владимир Жечев ми позволяват да открия следните приносни моменти:

- Популяризиране на концепцията бранд позиционирането и очертаване на някои методически аспекти на прилагането ѝ в сектора на услугите.
- Синопсис на ключови аспекти от процесите на управление на търговската марка
- Систематизиране на знания и насоки за тяхното прилагане в областта на управлението на взаимоотношения с клиенти

V. АКАДЕМИЧНА ИЗВЕСТНОСТ НА КАНДИДАТА

Силен момент в кандидатурата на Владимир Жечев е популярността му като автор във виртуалното академично пространство. Индексите му на цитируемост в най-популярни индексирани платформи (SCOPUS, SSRN, Google Scholar) са много високи в сравнителен аспект. Получавал е международни и национални академични признания (носител на награда за млад учен в областта на маркетинга VIRA Foundationq Индия, 2016 и Първо място в конкурса за млади учени и специалисти „Инж. Златан Бръчков, Варна, България, 2016). Името му като автор и рецензент, с

експертиза в областта на маркетингова проблематика, е разпознаваемо и откриваемо.

На базата на констатираните публикационни и преподавателски активности си позволявам да твърдя, че д-р Владимир Жечев е отлично „позициониран“ в академичното пространство като автор и изследовател, изкушен от изучаването и най-вече от прилагането на иновативни подходи в управлението на търговската марка.

VI. КРИТИЧНИ БЕЛЕЖКИ И ПРЕПОРЪКИ

Запознавайки се обстойно с научната продукция на кандидата ми прави впечатление, че преобладаващата част от нея е подчертано прагматична, насочена е към решаването на конкретни, тесни проблеми. Може би и поради тази причина най-сериозните и мащабни изследвания на д-р Владимир Жечев наподобяват аналитични доклади от проведени емпирични проучвания, чийто адресат е мениджмънта на конкретните компании, а не толкова академичната общност. Това, разбира се, може да се разглежда и като позитив в контекста на всеки конкретен проблем. От чисто научна гледна точка обаче, би могло да се възприеме и като известен дефицит на извеждане на общовалидни принципи, закономерности и общовалидни препоръки, надхвърлящи конкретния проблеми (обект на изследване). В този смисъл, бих си позволил да препоръчам на автора, в своите бъдещи изследвания да се стреми да извежда от емпиричните данни теории и концепции, а не да се опитва да „напасне“, адаптира и/или просто проверява познати теоретични концепции чрез наличните данни.

VII. ОБОБЩЕНА ОЦЕНКА

Научната продукция и преподавателският опит на д-р Жечев не само отговарят, на и значително надхвърлят минималните изискванията на нормативната база и на конкурса. Обследваните научни, научно-приложни и учебно методически показатели съответстват на изискуемите от ЗРАС на Република България и предвидените в Правилника за неговото прилагане количествени и качествени параметри и критерии. Кандидатурата е солидна, перспективна и с осезаем академичен потенциал. Всичко това ми дава основания да предложа КАТЕГОРИЧНО и БЕЗ РЕЗЕРВИ на уважаемото научно жури главен асистент **д-р Владимир Сашов Жечев да заеме** обявената от Икономически университет - Врана академичната длъжност „доцент“ по научната специалност „Маркетинг (бран мениджмънт)“.

21.02.2019 г.

Свищов

Изготвил становището:

X

доц. д-р Тодор Кръстевич