

СТАНОВИЩЕ

от доц.д-р Надежда Йорданова Димова, Нов български университет, гр.София,
Департамент „Икономика“, професионално направление 3.8. „Икономика“,
научна специалност „Маркетинг“

Относно: конкурс за заемане на академична длъжност „доцент“ в професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг – Бранд мениджмънт), факултет МФ, департамент „Икономика“, обявен в ДВ бр. 56/02.07.2024 г.

Основание за изготвяне на становището: Заповед З-РК-349/26.09.2024 г. на Ректора на НБУ

I. Оценка за съответствие с минималните национални изисквания и изискванията на Нов български университет

От представената Справка за изпълнението на националните минимални наукометрични изисквания за заемането на академичната длъжност „доцент“ в професионално направление „Икономика“ по силата на ЗРАСРБ и Правилника за неговото приложение, както и изискванията на НБУ, гл.ас.д-р Димитър Трендафилов отчита **815 точки**.

Точките с представени в отделните групи и се доказват в следната таблица:

Група от показатели		Минимални изисквания	От справката на кандидата
А	Показател 1	50	50
Б	Показател 2	0	0
В	Показател 3	100	100
Г	Сума от показателите от 4 до 10	200	265
Д	Сума от показателите от 11 до 13	50	100
Е	Сума от показателите от 14 до 21	0	0
Ж	Сума от показателите от 22 до края (задължителни за НБУ)	50	90
З		70	100
И		50	110
			300

Заклучението от предоставената информация по този критерий е, че в справката коректно са посочени отделните показатели за количествено оценяване на публикациите и академичната дейност.

II. Изследователска дейност е резултати.

1. Оценка на монографичния труд, включваща оценка на научните и научно – приложните приноси на автора.

Монографичният труд на гл.ас.д-р Димитър Трендафилов е на тема: „Мобилният потребител“ и е излязла от печат през 2023г. с обем от 280 страници. Изследователската цел на автора е свързана с възможността да разгледа феномена на мобилния потребител от няколко гледни точки. За изпълнението на тази цел авторът е включил различни източници от практиката или конкретни маркетингови подходи от страна на различни компании, дълъг списък с доклади от конференции на водещи изследователски и консултантски агенции заети в сферата на социологията, маркетинга и дигиталните комуникации, както и резултати от количествени, качествени потребителски и експертни изследвания. Успоредно с това са включени и различни по род и съдържание академични източници.

Научно-методологическите и научно-приложните постижения на кандидата в монографичното изследване могат да се групират в следните направления:

Първо, основателно може да се твърди, че изследването е новаторско и многоаспектно по отношение на формираният вече мобилен потребител.

Второ, безспорно авторът е постигнал поставената още в началото задача, а именно едновременно да синтезира най-новата информация по теми като дигитален маркетинг, потребителските интереси и изживяване, да посочва специфични индикативни решения, приложени в практиката в последните две десетилетия, да изведе и синтезира резултати от различни проучвания, както и на тяхна база да даде една идея за по-различно профилиране на мобилния консуматор.

Трето, в монографията е избран иновативен и интересен подход за използване на „трите точки“ стратегия. На първо място стои потребителското поведение и неговите особености в контекста на промените в стиловете на живот в един доста по-свързан свят. На следващо място, тя включва коментари върху технологиите, използвани в съвременния маркетинг, които едновременно следват, но и създават нови тенденции със значителна скорост. А на трето място се прави референция към точките на продажба.

2. Оценка на приносите в останалите приложени публикации (творчески изяви), направени след назначаването на академичната длъжност „гл.асистент“ или академичната длъжност „доцент“ (при кандидатите за професор). Тя включва и оценка на изискването за рецензираност на изданията.

Научните приноси в монографията, която не е представена като хабилитационен труд, статиите и научните доклади на гл.ас.д-р Димитър Трендафилов могат да се обобщят, както следва:

- *Цялостно и задълбочено изследване и принос към теорията на маркетинг комуникациите и брандинга;
- *Целесъобразно изследване на иновациите и обвързаността им с брандинга;
- *Интегриране в маркетинг изследванията на дигитализацията и извеждане на ролята и значението на мобилният потребител като фактор за създаване на съвременни маркетинг стратегии.

3.Цитиране от други автори.

Кандидатът гл.ас.д-р Димитър Трендафилов е посочил шест негови публикации, които са цитирани в монографии и колективни трудове с научно рецензиране. Посочил е и две публикации, които са цитирани в нереперирани списания с научно рецензиране.

4. Оценка на резултатите от участие в изследователски и творчески проекти и приложение на получените резултати в практиката.

В представената самооценка на гл.ас.д-р Димитър Трендафилов е посочил следните проекти, в които е участвал и е допринесъл за усъвършенстване на практиката, а именно:

- В периода дек. 2012 – окт. 2020 г. изследовател и консултант в „Бренд ин тренд“ ООД, където са изпълнени успешно проекти в стратегическия брандинг и комерсиалните комуникации за компании като Betfair, Mtel, King Tobacco International, Zdorowie Pharmaceuticals, Lavena, и др.
- Проведени маркетингови обучения за „ЧЕЗ България“, както и за редица бранд мениджъри през професионални обучителни центрове.
- През март лектор на конференцията „For Better Branding“, 10 март 2023 г.
- Гост-лектор в платформата SoftUni Digital, 04 май 2023 г., с презентация „Правилата на брандинга в дигиталната ера“.

III. Учебна и преподавателска дейност

1.Аудиторна и извън-аудиторна заетост, работа в електронния обучителен модул "MOODLE – НБУ", осигуряване на студентски практики и стажове, работа

със студенти и докторанти.

Средна оценка – над 5 за разглеждания период (данни от e-teacher „Студентски“)

По отношение на съвместната работа със студенти в изследователски и творчески проекти кандидатът е посочил следното:

- Академичен наставник по Проект "Студентски практики - Фаза 1 и 3", BG05M2OP001-2.002-0001 на Министерство на образованието и науката.
- Годишни изследователски проекти през курсовете от МП «Реклама и бранд мениджмънт» - SEMM641 и SEMM641 „Практика: Лаборатория за изследване на търговската марка“ 1 и 2 част.

Напълно достатъчни са посочените проекти за заемането на академичната длъжност «доцент».

Гл.ас.д-р Димитър Трендафилов е бил ръководител на следните успешно защитили дипломанти.

- Есен 2016/17 г. – 6
- Пролет 2016/17 г. – 18
- Есен 2017/18 г. – 2
- Пролет 2017/18 г. – 13
- Есен 2018/19 г. – 3
- Пролет 2018/19 г. – 12
- Есен 2019/20 г. – 3
- Пролет 2019/20 г. – 4
- Есен 2020/21 г. - 3
- Пролет 2020/21 г. - 6
- Есен 2021/22 г. – 2
- Пролет 2021/22 г. - 4
- Есен 2022/23 г. - 0
- Пролет 2022/23 г. - 3
- Есен 2023/24 г. - 5
- Пролет 2023/24 г. - 4

Общо: 88 ръководства

1. Рецензии на дипломни тези: от есенен семестър на 2016/17 г. до момента – **46**

2. Участие в комисии: от есенен семестър на 2016/17 г. до момента – **115**

По отношение на осигурените практики и стажове на студентите кандидатът е осигурил следните практики и стажове, а именно:

- През маркетинговите агенции „Бренд ин тренд“ ООД и „Маркет Линкс“ ООД,
- През програмата „Студентски практики“ на МОН.

Гл.ас.д-р Димитър Трендафилов е участвал в подготовката на студенти в Национална олимпиада по маркетинг (ежегодно състезание, с домакин УНСС и ВИИ-Варна) - 3 участия като ръководител на екип в последните 5 години.

2. Работа с Еразъм-студенти.

Гл.ас.д-р Димитър Трендафилов работи интензивно с Еразъм студенти от различни държави.

3. Оценки от анкетите на студентите.

Средната оценка от анкетите на студентите е над 5 за разглеждания период (данни от e-teacher „Студентски“)

IV. Административна и обществена дейност

1. Участие в колективни органи на управление на НБУ.

Кандидатът гл.ас.д-р Димитър Трендафилов е взел участие в следните колективни органи на управление в НБУ:

- Комисия по акредитация на курсове, придобите в чужбина или други ВУЗ в България към ФБО, 2015-2017 г.;
- Председател на комисия за признаване на дипломи за висше образование,
- Ректорски съвет, април 2018 – януари 2024 г.

- Академичен съвет, април 2018 – януари 2024 г.
- Съвет на УППО, академичните 2021/22 и 2022/23 г.
- Програмен консултант на БП "Маркетинг" и МП "Маркетинг мениджмънт", 2015-2017 г.;
- Помощник/заместник-ректор по международната дейност, април 2018 - януари 2024 г.

2. Обществена активност.

По отношение на обществената активност могат да се представят следните такива:

- В периода дек. 2012 – окт. 2020 г. изследовател и консултант в „Бренд ин тренд“ ООД, където са изпълнени успешно проекти в стратегическия брандинг и комерсиалните комуникации за компании като Betfair, Mtel, King Tobacco International, Zdorowie Pharmaceuticals, Lavena, и др.
- Проведени маркетингови обучения за „ЧЕЗ България“, както и за редица бранд мениджъри през професионални обучителни центрове.
- През март лектор на конференцията „For Better Branding“, 10 март 2023 г.
- Гост-лектор в платформата SoftUni Digital, 04 май 2023 г., с презентация „Правилата на брандинга в дигиталната ера“.

3. Привличане на студенти в програмата.

Гл.ас.д-р Димитър Трендафилов участва активно в КСК на НБУ през различните учебни години.

V. Лични впечатления от кандидата (ако има такива)

Познавам кандидата още при постъпването си в НБУ преди 18 години. Категорично мога да заявя, че той е отговорен, дисциплиниран и с ясна визия както за развитието на програмите по маркетинг, така и за цялостното стратегическо развитие на департамента и университета. Дългогодишните изследователски интереси и търсения на д-р Трендафилов са реализират както в неговите научни публикации, така и в многобройните практически проекти в които той участва.

Коректен, инициативен и с подчертано сериозен характер при взаимоотношенията с колегите от НБУ.

Считам, че неговата хабилитация би допринесла за усъвършенстването на преподавателския екип по маркетинг и възможностите за включване в бъдещите научни и практически инициативи, които ще се предприемат с колегите, студентите и представителите на бизнеса.

VI. Мнения, препоръки и бележки по дейността и постиженията на кандидата

Въз основа на гореизложеното може да се направи извод, че представените за изготвяне на становище научни трудове на кандидатът гл.ас.д-р Димитър Трендафилов е с изразена отлична подготовка по отношение на научните, теоретичните и практическите аспекти на областта, в която кандидатства. В подкрепа на това мое твърдение са и доказателствата по отношение на възможността да се осъществяват задълбочени изследвания и анализи с подчертано авторско становище, мнения, изводи и критичен анализ.

Дата.....

Подпис

OPINION

by Assoc.Prof.PhD Professor Nadezhda Yordanova Dimova, New Bulgarian University, Sofia, Department of Economics, Professional Field 3.8. "Economics", scientific specialty "Marketing"

Regarding: competition for the occupation of an academic position "docent" in professional direction 3.8. Economics (Marketing - Brand Management), Faculty of Ministry of Finance, Department "Economics", announced in SG no. 56/02.07.2024

Basis for drawing up the opinion: Order Z-RK-349/26.09.2024 of the Rector of the NBU

I. Assessment of compliance with the minimum national requirements and the requirements of the New Bulgarian University

From the presented Report on the implementation of the national minimum scientometric requirements for the occupation of the academic position "associate professor" in the professional field "Economics" by virtue of the ZRASRB and the Regulations for its application, as well as the requirements of the NBU, Chief Assistant Professor Dimitar Trendafilov reports 815 points.

The points with presented in the separate groups and are proved in the following table:

Group of indicators Minimum requirements From the applicant's reference

A Indicator 1 - 50

B Indicator 2

C In Indicator 3 - 100

D Sum of indicators from 4 to 10 - 265

E Sum of indicators from 11 to 13 - 100

E Sum of indicators from 14 to 21

F Sum of indicators from 22 to the end (mandatory for NBU) - 300

The conclusion from the information provided under this criterion is that the separate indicators for quantitative evaluation of publications and academic activity are correctly indicated in the reference.

II. Research activity is results.

1. Evaluation of the monographic work, including evaluation of the scientific and scientific - applied contributions of the author.

The monographic work of Chief Assistant Professor Dimitar Trendafilov is on the topic: "The Mobile User" and was published in 2023. with a volume of 280 pages. Research the author's goal is related to the possibility to consider the phenomenon of the mobile user from several points of view. To fulfill this objective, the author has included various sources of practice or specific marketing approaches by different companies, a long list of conference papers of leading research and consulting agencies engaged in the field of sociology, marketing and digital communications, as well as results of quantitative , qualitative user and expert research. In parallel, academic sources of different types and content are also included.

The scientific-methodological and scientific-applied achievements of the candidate in the monographic research can be grouped in the following areas:

First, it can be reasonably argued that the research is innovative and multifaceted regarding the already formed mobile user.

Second, the author has undoubtedly achieved the task set at the beginning, namely to simultaneously synthesize the latest information on topics such as digital marketing, consumer interests and experience, to indicate specific indicative solutions implemented in practice in the last two decades, to derive and synthesize results of various studies, as well as on their basis to give an idea for a different profiling of the mobile consumer.

Third, the monograph has selected an innovative and interesting approach for using a "three-point" strategy. First and foremost is consumer behavior and its particularities in the context of changing lifestyles in a much more connected world. Next, it includes commentary on the technologies used in modern marketing, which both follow and create new trends at considerable speed. And thirdly, a reference is made to the points of sale.

2. Evaluation of the contributions in the other attached publications (creative performances) made after the appointment of the academic position "chief assistant" or the academic position "associate professor" (for professor candidates). It also includes an assessment of the peer review requirement of the publications.

The scientific contributions in the monograph, which is not presented as a habilitation thesis, the articles and the scientific reports of Dimitar Trendafilov, PhD, can be summarized as follows:

*Complete and in-depth research and contribution to the theory of marketing communications and branding;

*Purposeful research of innovations and their connection with branding;

*Integrating digitalization into marketing research and highlighting the role and importance of the mobile user as a factor in creating modern marketing strategies.

3. Citation by other authors.

The candidate, Assistant Professor Dimitar Trendafilov, Ph.D., has indicated six of his publications, which are cited in monographs and peer-reviewed collective works. He also cited two publications that were cited in non-refereed peer-reviewed journals.

4. Evaluation of the results of participation in research and creative projects and application of the obtained results in practice.

In the presented self-assessment of the Assistant Professor Dimitar Trendafilov, Ph.D., he indicated the following projects in which he participated and contributed to the improvement of the practice, namely:

- In the period of Dec. 2012 – Oct. 2020 researcher and consultant at "Brand in Trend" Ltd., where projects in strategic branding and commercial communications were successfully implemented for companies such as Betfair, Mtel, King Tobacco International, Zdorowie Pharmaceuticals, Lavena, etc.

- Conducted marketing training for "CHEZ Bulgaria", as well as for a number of brand managers through professional training centers.

- In March, speaker at the "For Better Branding" conference, March 10, 2023.

- Guest speaker at the SoftUni Digital platform, 04 May 2023, with a presentation "The rules of branding in the digital age".

III. Learning and teaching activity

1. Auditory and non-auditory employment, work in the electronic training module "MOODLE - NBU", provision of student practices and internships, work with students and doctoral students.

Average grade - over 5 for the period under consideration (data from e-teacher "Student")

Regarding the joint work with students in research and creative projects, the candidate has indicated the following:

- Academic mentor under Project "Student practices - Phase 1 and 3", BG05M2OP001-2.002-0001 of the Ministry of Education and Science.

- Annual research projects during the courses of the MA "Advertising and Brand Management" - SEMM641 and SEMM641 "Practice: Laboratory for Trademark Research" part 1 and 2.

The specified projects are completely sufficient for the occupation of the academic position "Associate Professor".

Chief Assistant Dr. Dimitar Trendafilov was the supervisor of the following graduates who successfully defended their diplomas.

- Autumn 2016/17 – 6
- Spring 2016/17 – 18
- Autumn 2017/18 – 2
- Spring 2017/18 – 13
- Autumn 2018/19 – 3
- Spring 2018/19 – 12
- Autumn 2019/20 – 3
- Spring 2019/20 – 4
- Autumn 2020/21 - 3
- Spring 2020/21 - 6
- Autumn 2021/22 – 2
- Spring 2021/22 - 4
- Autumn 2022/23 - 0
- Spring 2022/23 - 3
- Autumn 2023/24 - 5
- Spring 2023/24 - 4

Total: 88 manuals

1. Reviews of diploma theses: from autumn semester 2016/17 to date – 46
2. Participation in committees: from autumn semester 2016/17 to date – 115

Regarding the provided practices and internships for the students, the applicant has provided the following practices and internships, namely:

- Through the marketing agencies "Brand in Trend" OOD and "Market Links" OOD,
- Through the "Student Internship" program of the Ministry of Education and Culture.

Dr. Dimitar Trendafilov participated in the preparation of students in the National Olympiad in Marketing (annual competition, hosted by UNSS and VII-Varna) - 3 participations as a team leader in the last 5 years.

2. Work with Erasmus students.

Dr. Dimitar Trendafilov works intensively with Erasmus students from different countries.

3. Evaluations from student surveys.

The average rating from student surveys is over 5 for the period under review (data from e-teacher "Student")

IV. Administrative and public activity

1. Participation in collective management bodies of the NBU.

The candidate Chief Assistant Dr. Dimitar Trendafilov took part in the following collective management bodies at the NBU:

- Committee on accreditation of courses acquired abroad or other higher education institutions in Bulgaria at the FBO, 2015-2017;
- Chairman of the commission for recognition of higher education diplomas,
- Rector's Council, April 2018 – January 2024.
- Academic Council, April 2018 – January 2024
- UPPO Council, academic years 2021/22 and 2022/23.
- Program consultant of BP "Marketing" and MP "Marketing Management", 2015-2017;
- Assistant/Deputy Rector for International Affairs, April 2018 - January 2024.

2. Public activity.

In terms of public activity, the following can be presented:

- In the period of Dec. 2012 – Oct. 2020 researcher and consultant at "Brand in Trend" Ltd., where projects in strategic branding and commercial communications were successfully

implemented for companies such as Betfair, Mtel, King Tobacco International, Zdorowie Pharmaceuticals, Lavena, etc.

- Conducted marketing training for "CHEZ Bulgaria", as well as for a number of brand managers through professional training centers.

- In March, speaker at the "For Better Branding" conference, March 10, 2023.

- Guest speaker at the SoftUni Digital platform, 04 May 2023, with a presentation "The rules of branding in the digital age".

3. Attracting students to the program.

Chief Assistant Dr. Dimitar Trendafilov actively participates in the NBU's KSK during the various academic years.

V. Personal impressions of the candidate (if any)

I have known the candidate since I joined the NBU 18 years ago. I can categorically state that he is responsible, disciplined and has a clear vision both for the development of the marketing programs and for the overall strategic development of the department and the university. Dr. Trendafilov's long-standing research interests and pursuits are realized both in his scientific publications and in the numerous practical projects in which he participates.

Correct, proactive and with a markedly serious character in relations with colleagues from the NBU.

I believe that his habilitation would contribute to the improvement of the marketing teaching team and the possibilities of inclusion in the future scientific and practical initiatives that will be undertaken with colleagues, students and business representatives.

VI. Opinions, recommendations and notes on the activity and achievements of the candidate

On the basis of the above, it can be concluded that the scientific works submitted for the preparation of an opinion by the candidate, Dr. Dimitar Trendafilov, have excellent preparation in terms of the scientific, theoretical and practical aspects of the field in which he is applying. In support of this claim of mine are also the evidence regarding the possibility of

carrying out in-depth research and analysis with emphasized author's opinion, opinions, conclusions and critical analysis.

Date: 31.10.2024

Signature

/Assoc.Prof.PhD Nadezhda Dimova/