

СТАНОВИЩЕ

**от Мария Петрова Видолова, проф. д-р СУ „Св. Кл. Охридски“, Стопански факултет,
катедра „Финанси и счетоводство“**

**на материалите, представени за участие в конкурс
за заемане на академичната длъжност „доцент“
на Висшето училище по застраховане и финанси**

по научно направление 3.8. „Икономика /Маркетинг и дигитален бизнес/“, обнародван в ДВ, бр. 30 от 15.04.2022 г. и в интернет-страница на Висшето училище по застраховане и финанси.

В конкурса за „доцент“ участва един кандидат Михаела Методиева Михайлова, доктор, хоноруван преподавател във ВУЗФ

1. Общо представяне на процедурата и кандидата

Със заповед №172/29.07.2022г. на Ректора на Висше училище по застраховане и финанси - проф. д-р Борис Велчев съм определена за член на научното жури за осигуряване на процедура във връзка с обявения конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“ в Област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, по научно направление 3.8. „Икономика /Маркетинг и дигитален бизнес/“ с единствен кандидат д-р Михаела Михайлова, хоноруван преподавател във ВУЗФ.

Предадените от кандидатката материали включват документи съгласно представен опис: автобиография, копие от диплома за притежавана образователна и научна степен „доктор“, монографичен труд с резюме, списък на публикациите след защитата на докторската дисертация, резюмета на български и английски език на публикациите, медицинско свидетелство, свидетелство за съдимост, удостоверение за изисквания се стаж, доказателства за участие в научни проекти и други изследователски задачи, справка за изпълнението на минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“, справка за оригиналните научни приноси в трудовете и цитиранията, съгласие за обработка на личните данни във връзка с участието в конкурса.

Във връзка с конкурса кандидатката е представила 1 монография, 1 книга на база дисертационно изследване, 3 статии и 10 бр. научни доклади в сборници с научни доклади от национални и международни научни конференции, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране, или публикувани в редактирани колективни томове.

2. Кратки биографични данни за кандидатката

Д-р М. Михайлова притежава магистърска степен по специалност „Маркетинг“ от УНСС. През 2019 г. е защитила в УНСС докторска дисертация на тема „Пазарна ориентация на фирмите, прилагащи директен маркетинг в България“. От 2021 г. до момента е мениджър проекти „Дигитализация“ в ЗЕАД „Булстрад Живот Виена Иншурънс груп“. Кандидатката отговаря на минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“ от ЗРАСРБ за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности, както и определените такива в Правилника на ВУЗФ за прилагане на ЗРАСРБ.

3. Обща характеристика на научната и научно-приложна дейност на кандидатката

Представената за участие в конкурса монография /хабилитационен труд/ е посветена на актуален в съвременните условия на дигитализация проблем и в частност налагането на уеб-сайтовете на българските компании като неотменима част от онлайн присъствието и фирмената комуникация за формиране на потребителски предпочитания в изключително конкурентна и турбулентна среда. Авторката задълбочено изучава ролята, същността и основните характеристики на фирмените уебсайтове, в т.ч. правната им защита, измеренията и индикаторите влияещи върху тяхната използваемост и интерактивност за навлизане инструментите на дигиталния маркетинг и перспективите с оглед засилване онлайн присъствието на българските компании, още повече в пандемична обстановка като част от цялостния процес на увеличаване и подобряване присъствието на фирмите, тяхната онлайн идентичност и интерактивен диалог в социалните мрежи. Емпиричното изследване на характеристиките на българските уебсайтове и предпочитанията на потребителите им извежда концепцията за „добър“ уебсайт, доказва положителното отражение на уебсайта и присъствието в социалните мрежи върху бизнеса на компаниите, както и адаптивността на българските компании в променящите се условия на средата.

Втора по значимост в публикациите за конкурса е публикуваната книга на д-р Михайлова въз основа на защитения дисертационен труд, а именно „Директен маркетинг и пазарна ориентация при фирмите в България“. Публикацията до голяма степен отново откроява ролята на дигитализацията като движеща сила за възприемането и налагането на нови фирмени подходи, в т.ч. и подхода на директния маркетинг, включващ персонализацията, изграждането на дългосрочни отношения с оглед формирането на потребителска лоялност, което в крайна сметка води до изграждане на устойчиви

конкурентни предимства и предоставяне на допълнителна стойност за клиента. Публикацията поставя акцент върху редица актуални въпроси, свързани с необходимостта от пазарна ориентация на фирмите, прилагащи директен маркетинг, както и съгласуване подходите на директния маркетинг с концепцията за пазарна ориентация.

Голяма част от поставените в двете монографии въпроси са обект на анализ и в представените статии и доклади, където авторката по-задълбочено осветлява прилагането и проявлението на директния маркетинг в България, перспективите на онлайн-обучението при изучаване на маркетинговите продукти, както и формирането на фирмена онлайн идентичност по време на пандемия, някои емпирични проявления при изучаване на иновациите в компании, използващи директен маркетинг, както и подходите на директния маркетинг в интернет и др.

4. Научни и научно-приложни приноси

Приетите за участие в конкурса публикации съответстват на националните изисквания на кандидатите за заемане на академичната длъжност „доцент“.

Основните приноси, които могат да се открият във връзка с представените за участие в конкурса публикации са свързани с:

- Изследване ролята на уеб-сайтовете на българските компании с оглед успешното им позициониране в условията на увеличаваща се дигитализация;
- Авторката успешно анализира и доказва мястото и ролята на уеб присъствието на фирмите с оглед формирането на потребителски нагласи и особено във връзка с експанзията при навлизане инструментите на дигиталния маркетинг във всички отрасли;
- Проведеното емпирично изследване е насочено към подобряване ефективността и ефикасността от дейността на българските фирми чрез увеличаване на конкурентните им предимства и подобряване на тяхната онлайн идентичност;
- Авторката демонстрира умения за изследване и систематизиране на проблемите, свързани със засилване уеб-присъствието на фирмите в различните платформи, като поднася по разбираем начин изводите и обобщенията.

5. Критични забележки и препоръки

Като препоръка при по-нататъшна работа на авторката по избрания проблем бих посочила необходимостта от задълбочен анализ на визията и дигитализираните уебсайтове/мобилни приложения на българските компании в условията на изключително конкурентна среда, която никога не е била толкова голяма. Очакванията са от монографията

да се добие представа за предимствата както в обхвата, така и в сложността на продуктите, които предлагат отделните компании. Цялата индустрия е в критичен момент след 2021 г. В резултат на това, през следващото десетилетие ще се наблюдават огромни промени в начина на осъществяване на бизнеса. Фирмите, които приемат дигиталната промяна ще имат по-добро бъдеще, което до голяма степен ще зависи от видимостта и един силен домейн, което означава че с инкорпорирането на правилни уеб сайтове съответната компания може да се позиционира лесно измежду сравнително по-големите играчи в ерата на дигиталния бизнес.

Полезно би било при следващи разработки авторката да очертае някои основни изисквания, на които трябва да отговарят съвременните уебсайтове на българските компании, с оглед голямата международна и национална конкуренция, а именно – параметри, свързани с оформлението на правилен XML формат карта на уебсайта, навигационна пътека, която подобрява вътрешната структура на уебсайта и е една от мерките за подобряване използваемостта на уебсайта, добре структурирани, описващи се url адреси, Редиректи, които сочат към избраната за основна страница, саморефериращи се тагове към всяка статична страница на уебсайта, оптимизация за синоними, допълнителни ключови думи, по които се класира уебсайта, Алт описания на снимки, Google Tag Manager, подобряване на скоростта на зареждане, Open Graph Protocol, имплементиране на структурирани данни за споделяне в социални мрежи, Респонсив уеб дизайн - създаване на уебсайтове, които могат да се адаптират към размера на прозореца на посетителя /което от своя страна позволява бързо зареждане при по-ниски разходи, повече мобилен трафик, по-високи проценти на конверсия, по-лесно аналитично отчитане и подобрена SEO дейност/.

Направените препоръки по никакъв начин не омаловажават достойнствата на представените за участие в конкурса разработки, а по-скоро очертават бъдещи насоки в изследователската дейност на д-р Михайлова.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Д-р М. Михайлова участва в конкурса за придобиване на научното звание „доцент“ с достатъчна по обем и качество научна продукция. Професионалният и преподавателският опит на кандидатката и посочените научни и научно-приложни приноси отговарят на изискванията за заемане на академичната длъжност „доцент“ във ВУЗФ. Представените за участие в конкурса материали съдържат научно-приложни резултати, които са важни за науката и практиката в разглежданата област и отговарят на изисквания(та) на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) и Правилника за прилагане

на ЗРАСРБ. Авторката притежава задълбочени теоретични знания и професионални умения по Професионално направление 3. 8. „Икономика“, като демонстрира качества и умения за самостоятелно провеждане на научни изследвания.

Поради гореизложеното, убедено давам своята положителна оценка за представените във връзка с конкурса материали, постигнатите резултати и приноси, и предлагам на почитаемото научно жури да присъди научното звание „Доцент“ на д-р М. Михайлова в област на висше образование 3. „Социални, стопански и правни науки“; Професионално направление 3. 8. „Икономика“.

22.08. 2022 г.

.....

Изготвил

становището:

Проф. д-р Мария Видолова