

РЕЦЕНЗИЯ

от Проф. д-р Даниела Илиева, ВУЗФ

на материалите, представени за участие в конкурс

за заемане на академичната длъжност „доцент“

във Висшето училище по застраховане и финанси

по област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално

направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг

(Стратегически маркетинг и иновации в маркетинга)“

В конкурса за „доцент“ обявен в Държавен вестник, бр.5 от 17.01.2025 г. и в интернет-страница на Висшето училище по застраховане и финанси, като кандидат участва д-р Ивайло Илиев от УНСС/ ВУЗФ.

1. Общо представяне на получените материали

Със заповед № 152 от 13.05.2025 г. на Ректора на Висшето училище по застраховане и финанси съм определена за член на научното жури на конкурс за заемане на академичната длъжност ‘доцент’ във ВУЗФ по област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг (Стратегически маркетинг и иновации в маркетинга)“.

За участие в обявения конкурс е подал документи единствен кандидат:

Д-р Ивайло Илиев, УНСС/ ВУЗФ.

Представеният от д-р Ивайло Илиев комплект материали на електронен носител е в съответствие с Правилника за развитие на академичния състав на ВУЗФ и включва следните документи:

- Автобиография (CV);
- Диплома за образователна и научна степен „доктор“;
- Списък на публикации и пълни текстове на основните научни трудове;
- Справка за научните приноси;
- Справка за наукометрични показатели;
- Справка за цитиранията;

- Хабилизационен труд – монография „Стратегически маркетинг в условията на дигитализация“ (2025);
- Допълнителни научни публикации, сред които книга, статии, студия и участия в научни форуми;
- Служебна бележка за учебна натовареност.

Кандидатът д-р Ивайло Илиев е приложил общо 16 научни труда (4 на английски език, 12 на български език), от които 1 студия, 1 монография, 1 книга и 13 научноизследователски разработки. Всички те се приемат за рецензиране.

2. Кратки биографични данни (на кандидата)

Д-р Ивайло Илиев е роден на 26.02.1991 г. Завършил е бакалавърска и магистърска степен по финанси и публични финанси в УНСС, а през 2020 г. защитава докторска дисертация на тема „Алтернативен подход за управление и оценка на публични програми“. Към момента е университетски преподавател във ВУЗФ и УНСС. В преподавателската си дейност интегрира иновативни подходи и актуални примери от бизнеса и електронната търговия.

Професионалната му кариера включва управленски позиции в български и международни компании. Бил е изпълнителен директор и съосновател на няколко търговски и онлайн бранда, сред които *Feya Naturals*, *Vehadi Wellness* и *Heka Naturals*. В ролята си на CEO и маркетинг мениджър в Amazon-среда, д-р Илиев е натрупал значителен опит в областта на стратегическото бранд позициониране, дигиталните платформи и поведенчески анализи на клиенти. Има солиден практически и технологичен профил – завършил е допълнително обучение по .NET и уеб разработка в Software University (SoftUni). Владее инструментариум за управление на проекти, дигитални комуникации и уеб технологии, което го прави модерен преподавател и изследовател в дигиталната икономика.

3. Обща характеристика на дейността на кандидата/-ите

Д-р Илиев има натрупан педагогически опит във висшето образование. Води лекции по стратегически и дигитален маркетинг, бюджетна политика, публични финанси и икономика на благосъстоянието. Работи активно със студенти и дипломанти и участва в разработването на учебни програми и материали. Обучението, което предоставя, е в синхрон с актуалните тенденции за дигитализацията на управленските и маркетингови практики.

Оценка на научната и научно-приложна дейност на кандидата

Хабилитационният труд „Стратегически маркетинг в условията на дигитализация“ представлява актуално и интердисциплинарно изследване. Монографията е с висока практическа и теоретична стойност. Допълнителната му монография „Публични мрежи – подход за управление на публичната администрация“, разглежда нови управленски парадигми и има научен принос в сферата на публичното управление. Общо представените научни трудове демонстрират методологична зрялост, публикувани са в рецензирани и индексирани издания, като доказателство за научен принос са 8те приложени цитирания, като личната ми справка, откри още няколко.

Приноси (научни, научно-приложни, приложни) и цитирания

Основни приноси, заложи в хабилитационния труд

Хабилитационният труд – монографията „Стратегически маркетинг в условията на дигитализация“ (2025) представлява цялостна и интердисциплинарна разработка, в която кандидатът:

- формулира нова концептуална рамка за стратегически маркетинг в дигиталната епоха;
- разработва модел за дигитално маркетингово планиране, включващ анализ на пазара, позициониране на бранд и дигитални канали;
- анализира въздействието на изкуствения интелект, инфлуенсър маркетинга и социалните мрежи върху поведението на потребителите и бизнес стратегиите;
- представя емпирични анализи на международни електронни търговски компании;
- предлага авторски стратегически решения за развитие на онлайн търговията и ангажираността на клиентите.

Трудът има подчертано научно-приложен характер, отразяващ актуални тенденции в дигиталната икономика и маркетинг.

Тематични и приложни приноси в останалите трудове

1. Мрежово управление и публична администрация:

- Разработена е цялостна теоретична рамка за мрежово управление в публичния сектор;
- Систематизирани са типове публични мрежи, управленски механизми и стратегически насоки за децентрализация;

- Формулирани са модели за ефективно взаимодействие между публични, частни и граждански структури, както и критерии за оценка на мрежовото изпълнение.

2. Дигитализация и микро/малък бизнес:

- Представени са изследвания върху предизвикателствата пред МСП, както и практически насоки за устойчив растеж;
- Разработени са дигитални стратегии за микро- и малки предприятия и насоки за използване на дигитални канали за бизнес развитие.

3. Маркетингови иновации и технологии:

- Формулирани са модели за интеграция на AI и машинно обучение в маркетинга;
- Изследвана е ролята на иновационните хъбове и стартъпите в създаване на нови маркетингови тенденции;
- Разработени са етични рамки и практически насоки за прилагане на персонализирани AI маркетинг стратегии.

4. Оценка на личния принос на кандидата

Научните трудове и хабилитационният труд на д-р Ивайло Илиев отразяват ясно изразен личен принос както на теоретично, така и на приложно ниво. Всички публикации и двете монографии са самостоятелни, което подчертава индивидуалната му ангажираност с изследователската дейност и независимостта в научната работа.

Личният принос на кандидата се изразява в/във:

- формулирането на авторски концепции и модели, включително стратегически подходи за дигитален маркетинг и мрежово управление;
- интегриране на интердисциплинарни подходи от сферата на икономиката, маркетинга и публичното управление;
- обвързване на теоретичните изследвания с реални практически казуси и бизнес приложения;
- прилагане на съвременни изследователски методи, включително анализ на данни и синтез на международен опит.

Като обобщение, приносите на д-р Илиев са актуални, приложими, методологично обосновани и с ясна икономическа и социална значимост. Те отговарят напълно на критериите за академичната длъжност „доцент“.

5. Критични забележки и препоръки

Представените от д-р Ивайло Илиев материали са в изискуемия обем, добре структурирани и отговарят на изискванията на процедурата. Все пак могат да се отбележат няколко не толкова забележки, колкото препоръки, насочени към бъдещо усъвършенстване на научната и преподавателска дейност на кандидата.

Бих препоръчала по-открояващо се научно фокусиране. Част от публикациите разглеждат теми, които се разпростират между различни научни направления – икономика, публична администрация, маркетинг, дигитализация. Това разширява приложимостта на изследванията, но създава усещане за сравнително широка, а не достатъчно задълбочена специализация. Препоръчва се в бъдеще да се фокусира върху изграждане на ясно очертана научна школа и задълбочаване по избрана тематична линия.

Предвид езиковите познания на кандидата, интернационална видимост може да бъде значително повишена чрез публикуване в повече реферирани чуждестранни издания с импакт фактор, участие в международни конференции и сътрудничество по проекти с чуждестранни университети и научни звена.

Всички представени трудове са самостоятелни. Препоръчва се по-активно участие в колективни изследователски проекти и публикации в съавторство, което би способствало както за разширяване на научната перспектива, така и за по-лесна интеграция в академичната общност.

6. Лични впечатления

Не познавам кандидата лично и нямам лични впечатления.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Документите и материалите, представени от д-р Ивайло Илиев отговарят на всички изисквания на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и съответния Правилник на ВУЗФ.

Кандидатът в конкурса е представил достатъчен брой научни трудове, публикувани след материалите, използвани при защитата на ОНС ‘доктор’. В работите на кандидата има оригинални научни и приложни приноси, които са получили национално и международно призна-

ние, като част от тях са публикувани в списания и научни сборници, издадени от международни академични издателства. Теоретичните му разработки имат практическа приложимост и са пряко ориентирани към учебната работа. Научната и преподавателската квалификация на д-р Ивайло Илиев е несъмнена.

Постигнатите от д-р Ивайло Илиев резултати в учебната и научно-изследователската дейност, напълно съответстват на Правилника на ВУЗФ за приложение на ЗРАСРБ.

След запознаване с представените в конкурса материали и научни трудове, анализ на тяхната значимост и съдържащите се в тях научни, научно-приложни и приложни приноси, намирам за основателно да дам своята положителна оценка и препоръчвам на Научното жури да изготви доклад-предложение до Академичния съвет за избор на д-р Ивайло Илиев на академичната длъжност „доцент“ във ВУЗФ по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг (Стратегически маркетинг и иновации в маркетинга)“

20.05.2025 г.

Рецензент: проф. д-р Даниела Илиева