

РЕЦЕНЗИЯ

За преподавателската и научноизследователската дейност
на ДОЦ. Д-Р АЛЕКСАНДЪР ТРАЙКОВ ХРИСТОВ

единствен кандидат в конкурса за заемане на академичната длъжност „ДОЦЕНТ“ по
3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ – ИНТЕГРИРАНИ МАРКЕТИНГОВИ
КОМУНИКАЦИИ – ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ

от ПРОФ. Д-Р ВЕСЕЛИНА ЙОРДАНОВА ВЪЛКАНОВА

1. ИНФОРМАЦИЯ ЗА КОНКУРСА

Конкурсът за доцент в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки и в професионалното направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки – Интегрирани маркетингови комуникации, е обявен с решение на Факултетния съвет на Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Кл. Охридски“ от 9 февруари 2023 г. – протокол № 5, по предложение на Катедрата „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“ (Протокол № 10) на 6 февруари 2023 г. и след решение на Академичния съвет на Софийския университет от 22 февруари 2023 г. В съответствие с чл. 86, ал. 2 от Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски“ и чл. 29 „а“ от Закона за развитие на академичния състав в Република България. Конкурсът е обявен в бр. 24 на „Държавен вестник“ от 17 март 2023 г.

Доц. д-р Александър Трайков Христов е единственият кандидат в конкурса, той е допуснат до участие в него с решение на комисия по допустимост, съгласно чл. 119 (2) на ПУРПНСЗАД на СУ.

Научното жури на свое заседание от 29 май 2023 г. провери съответствието на представените за участие в конкурса публикации и дейности с минималните национални изисквания и с допълнителните изисквания на СУ „Св. Климент Охридски“ и излезе с решение за допускане на доц. Христов до участие в конкурса.

2. ОБЩА ОЦЕНКА НА КАНДИДАТА

Г-н Александър Трайков Христов е магистър по Международни икономически отношения на Университета за национално и световно стопанство и доктор по 05.04.10 Журналистика (реклама) на ФЖМК (диплом №33158 от 11.05.2009 г. на ВАК). Хабилитира се в УНСС през 2018 г., след като последователно е бил избран за асистент и главен асистент.

Доц. Христов съчетава преподавателската си и изследователската си работа с професионална дейност, където има значителен опит – последователно е управляващ партньор на комуникационната агенция Параграф 42, бил е акаунт директор на комуникационната агенция CIVITAS България, директор Маркетинг и реклама на Корпоративна търговска банка АД, директор Връзки с обществеността на Корпоративна търговска банка АД, работил е като маркетинг и PR специалист, журналист, експерт по маркетинг и реклама в редица институции, медии, организации.

Доц. Христов има 22-годишен опит в научните изследвания и в преподаването – първоначално като асистент и главен асистент в УНСС, впоследствие – като хоноруван преподавател в Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

Колегата има участия в десетки международни научни форуми по проблемите на маркетинга, медиите и PR в България, Германия, Гърция, Полша,

Кипър, Естония, Унгария, Словения. Доц. Христов има богат опит като лектор на специализирани семинари и тренинзи по маркетинг, връзки с обществеността, бизнес комуникации. Член е водещите професионални организации в България БДВО и БААК (Българска академична асоциация по комуникации).

Доц. г-р Александър Христов е признат специалист по публична комуникация, пиар, реклама, маркетингови комуникации, корпоративен маркетинг, дигитални маркетингови комуникации. Наблюденията и анализът върху академичната дейност на доц. Христов показват преподавателски стремеж към високи стандарти на обучение и творческо развитие на студентите.

3. ПРЕПОДАВАТЕЛСКА ДЕЙНОСТ

Колегата има в професионалната си биография дългогодишен преподавателски опит, свързан с УНСС и със Софийския университет „Св. Кл. Охридски“ в бакалавърски, магистърски и докторски програми. Доц. Христов е разработил редица лекционни курсове в бакалавърската и магистърската степен. Сред курсовете, които доц. Христов е водил, са: Маркетинг, Корпоративен уеб сайт и блогове, Маркетинг в социалните мрежи и оптимизация в търсещите машини, Социални медии в международния бизнес, Дигитален маркетинг, Международен маркетинг, Инфлуенсър маркетинг, Маркетинг в социалните мрежи и управление на онлайн магазин, Управление на маркетинга.

Доц. Христов прилага в академичната си практика модерни форми на обучение и интерактивни методи на преподаване като част от учебния процес със студенти от различни специалности и курсове.

Доц. Христов е бил научен ръководител на повече от 160 дипломанти, успешно защитили своите дипломни работи в магистърски програми на катедра „МИО и бизнескомуникации“ на УНСС.

4. НАУЧНА ПРОДУКЦИЯ, ПОСТИЖЕНИЯ И ПРИНОСИ НА КАНДИДАТА

Доц. г-р Александър Христов е автор на 5 авторски монографии, участва в 2 колективни монографии на английски език, има 62 статии в научни списания и периодика, от които 4 статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Темите в научните публикации на доц. Христов са свързани с проблемите на интегрираните маркетингови комуникации и дигиталните комуникации, с PR практиките, със саморегулацията в маркетинговите комуникации, с корпоративните комуникации.

За академичните и изследователски постижения на доц. Христов свидетелстват многобройните цитирания в научни издания – доказателство за отзвук от изследванията и за оценката на резултатите от научната му работа.

В настоящия конкурс доц. Христов се представя с: 1 монография; с 2 участия в колективни монографии на английски език; с 3 статии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация; с 11 статии и доклади, публикувани в научна периодика, в научни сборници и продължаващи издания.

Тук трябва да се отбележи научната и колегиална добросъвестност на доц. Христов и отличното впечатление, което прави ясното обособяване на публикациите за участие в конкурса от общия публикационен актив на кандидата.

Всички публикации са по темата на настоящия конкурс и са свидетелство за последователното и пълноценно развитие на научното поле на доц. Христов.

Основният труд, депозиран за участие в настоящия конкурс – „Интегрирани маркетингови комуникации и дигитализация“ (София, AMG Publishing, 2023), разглежда интегрираните маркетингови комуникации през фокуса на цифровизацията на комуникациите и съществено променения социален и културен контекст на последните десетилетия. Акцентни за монографията са както теоретичните постановки за ИМК, така и анализът върху синергията на маркетинговите общувания и саморегулацията не само като съществена част от професионалната среда, но и като фундаментална предпоставка за създаване и развитие на ефективни и пълноценни комуникационни кампании.

Безспорно приноси за изследването се оказват обобщенията и анализите върху процесите на дигитализация на маркетинговите комуникации, като и върху практиките на национални и международни организации, заедно с изведените тенденции в това актуално поле. Извън всяко съмнение дигиталните трансформации съществено променят комуникационните практики, а общуването онлайн в перспектива ще съставлява все по-голяма част от съвременните корпоративни комуникации, а и от комуникациите като цяло.

Трябва да бъде изтъкната широтата на анализа върху предимствата на дигитализацията за интегрираните маркетингови комуникации. Тук е лансирана тезата, че дигитална среда може да създава възможности за ефективна интеграция на комуникациите, като авторът извежда основните аспекти на дигитализираните интегрирани маркетингови комуникации: вътрешна координация и гъвкавост; хомогенност на посланията; усъвършенстване на съдържанието; интеграция на креативността и глобална перспектива.

Непременно трябва да бъде признат като приносен подходът интегрираните маркетингови комуникации да се изследват през тяхната ефективност. Специално внимание авторът отделя на синергията и на типовете ефективност – с приложно значение за усъвършенстване на практиките в комуникациите.

Проблемът за постигането на комуникационна ефективност, разглеждан и през призмата на професионализма и професионалната етика, отново е поставен в контекста на дигиталните трансформации и средата за пълноценно развитие на интегрираните маркетингови комуникации. Маркетинговата етика, професионалните подходи при събирането и анализа на данни, както и проучванията върху важността структурата и промяната в потребителските реакции на аудиторията дават на изследването съществени ракурси и актуална перспектива.

С актуалността и иновативността си; със сериозното проучване на сериозен обем специализирана научна литература, свързана с изследваните тематики; с многоаспектния анализ на сложни социални феномени и процеси – монографията е значимо постижение на автора.

СТУДИИТЕ И СТАТИИТЕ на доц. Христов в научни сборници и специализирани продължаващи издания са посветени на актуални и важни проблематики, ракурси, терени на експертната за него зона – маркетингови комуникации, ефективност на комуникацията, дезинформация, фалшиви новини, корпоративни комуникации, информационна среда. Несъмнено, статиите и студиите на доц. Христов допринасят за изследванията върху теорията и изследванията на масовата комуникация, извеждат тенденции, работят на базата на значителни наблюдения и емпирични данни. Проучванията и систематизациите обобщават актуални

проблематики, очертават професионални дефицити, позитивни и негативни феномени при конструирането на корпоративната публичност.

Както основният хабилитационен труд на доц. д-р Александър Христов, така и неговите статии и студии по темата допринасят не само към комуникационните изследвания, но имат приложно значение за комуникационните практики и политики.

Разгледани в съвкупност и с фокус към основния хабилитационен текст, научните текстове на доц. д-р Александър Христов демонстрират:

- Високи изследователска култура, капацитет за научно писане и ниво на интерпретация;
- широки познания по изследваните проблематики;
- сериозно проучване на значителни обеми специализирана научни източници, свързана с изследваните тематики;
- многоаспектен качествен анализ на емпирични масиви.

С това и с изтъкнатите вече приноси монографията, научните статии и студии, представени за участие в конкурса, са крачка напред в българската комуникационна наука.

5. ПРОЕКТНА И ЕКСПЕРТНА ДЕЙНОСТ, УЧАСТИЕ В НАУЧНИ И ПРОФЕСИОНАЛНИ МРЕЖИ

През 2015/2016 г. доц. д-р Александър Христов е бил ръководител на проект на тема „Етични правила и саморегулация в маркетинговите комуникации: европейски практики и развитие в България“, а понастоящем е ръководител на научен колектив в проект на тема „Промени в потреблението след 2020 г. и ролята на маркетинговите комуникации“ по договор № НИД НИ-11/2021 от 2021 до 2023 г.

Доц. Христов се утвърди като уважаван и ценен преподавател в полето маркетинговите комуникации. Един от най-забележителните аспекти в научните трудове, в практическата и в експертната дейност на доц. д-р Александър Трайков Христов е неговата способност да комбинира теоретичния подход с практическата приложимост. Той притежава богат опит в разработката на нови практически модели на корпоративна комуникация, които се използват в реални ситуации и дават конкретни резултати.

В момента колегата е председател на Българска асоциация на ПР агенциите (БАПРА), бил е председател и член на Управителния съвет на Българско гружество за връзки с обществеността (БДВО), както и Председател на Комисията по етика Българско гружество за връзки с обществеността (БДВО). Заеманите от д-р Христов позиции във водещите професионални организации по връзки с обществеността в България свидетелстват за високия авторитет на колегата и са признание за неговите качества и постижения в областта на пиара и публичната комуникация.

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На база на цялостния анализ на преподавателската и най-вече на научноизследователската дейност и постиженията на доц. Христов – единствен кандидат в конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“ по „Интегрирани маркетингови“ в професионалното направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, обявен от Софийския университет „Св. Кл. Охридски“, убедено смятам, че доц. д-р АЛЕКСАНДЪР ТРАЙКОВ ХРИСТОВ напълно отговаря на изискванията на Закона за развитието на академичния състав в Република България.

Колегата има ясно изразени приноси в обогатяване на научния терен на науката за масовата комуникация, в изследванията и в преподавателските дейности в областта на обществените комуникации и информационните науки. С преподавателската си работа със студенти от бакалавърските, магистърските и докторските програми на няколко висши училища в България, сред които и СУ „Св. Кл. Охридски“, с обучението на дипломанти доц. Христов значително е съдействал за качествено професионално и тясно профилирано обучение на специалисти по масмедии и комуникация в експертния за него терен.

Високите резултати на научноизследователската и преподавателската дейност на доц. д-р Александър Христов ми дават основание да подкрепя неговата кандидатура и убедено да препоръчам на уважаемото научно жури да го избере за „доцент“ по 3.5. Обществени комуникации и информационни науки – Интегрирани маркетингови комуникации.



Рецензент:

проф. д-р Веселина Вълканова

24.7.2023 г.