



СТАНОВИЩЕ

на представените трудове за участие в конкурс за академичната длъжност ДОЦЕНТ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Дигитална комуникация на бизнеса), обявен от СУ „Св. Климент Охридски“ в ДВ, бр. 35 от 18.04.2023 г.

Рецензент: проф. д.н. Любомир Димчев Стойков

Кандидат/и: гл. ас. д-р Мирослава Красиминова Ценкова

I. Оценка на научните и на практическите резултати и приноси на представената за участие в конкурса научно-образователна продукция

Гл.ас. д-р Мирослава Ценкова е сред качествените, надеждни и перспективни изследователи в сферата на дигиталната комуникация в нейните публични и бизнес проявления. Стъпвайки, образно казано, върху значимия фундамент на корелацията семиотика-маркетинг (това е обектът на дисертационния ѝ труд) и развивайки успешно своите възгледи и научен опит в полето на дигиталния и PR инструментариум в бизнес среда, както и интерпретирайки смело иновациите в дигиталната комуникация на бизнес организациите, тя обогатява теорията и разширява генерално и мащабно научното поле на корпоративната и бизнес комуникация, от една страна, и на връзките с обществеността, от друга страна. Съществува ефективна обвързаност на научната и преподавателската работа на д-р Ценкова, която определено показва стремеж към оригинална, свежа и запомняща се педагогическа изява в своите лекции, упражнения и семинарни занятия. През годините тя е осъществила научното ръководство на над 100 дипломанти, разработили актуални и стойностни теми от сферата на бизнес комуникацията, връзките с обществеността, маркетинговата комуникация, рекламата, социалните мрежи, социалните медии и др.



Сред документите, които кандидатът е представил в настоящия конкурс релефно изпъкват двете ѝ монографии „Иновации в дигиталната комуникация на бизнес организациите“ (2023) и „Дигитална комуникация и PR инструментариум в бизнес среда“ (2022), научните студии „Традиционни комуникационни модели и нови технологии в PR комуникацията“ (2023) и „Влияние на дигиталните комуникации върху организационното представяне на българските предприятия“, участието ѝ в научни проекти с темите „Новите медии и социалната реалност“ (2021) и „Пресата в условията на интернет и новите медии“ (2011), редица важни научни статии, като „Дигиталното обвързване на бранда с потребителите“ (2014), „Cause-related marketing- новата комуникация в бизнеса“ (2013), „Управление на онлайн репутацията“ (2011) и др., както и значими текстове от рода на „Изкуственият интелект, като маркетингов инструмент в бизнеса“ (2021), „PR комуникация на организациите при киберзаплахи“ (2020) и др.

Със своята научна и изследователска дейност Мирослава Ценкова несъмнено обогатява и допълва неопостмодерните подходи към управлението и решаването на проблемите в новото комуникационно пространство. Тя аргументира и обосновава с новаторски средства значими аспекти на вече съществуващите комуникационни теории и хипотези. В този смисъл трябва да ѝ се отдадем дължимото по отношение на иновационния стремеж да „погледне“ от друг, различен ракурс към вече съществуващите възгледи, дефиниции и интерпретации.

Приемам и одобрявам заявените от кандидата научни приноси, като ще открия по-отчетливо следните:

1. Идентифициране на възможности за по-пълноценно взаимодействие на бизнес организациите с потребителите в социалните платформи.
2. Очертаването и извеждането на значението на дигиталната комуникация за бизнеса за повишаване ефективността на маркетинговите кампании, за подобряване на организационното представяне, както и на конкурентоспособността.
3. Установяването на връзката между използването на новите технологии в дигиталната комуникация и развитието на организациите.



4. Извеждането на ролята на дигиталния PR за резултатно управление на репутацията на организациите в съответствие с изискванията на онлайн средата.
5. Създаването на авторски дигитален модел на систематизация на PR дейностите в комуникацията на бизнеса.
6. Идентифицирането на конкретни ползи за българския бизнес въз основа на проучването на различни казуси от прилагането на успешни иновации в комуникацията на организациите и др.

II. Бележки и препоръки

Представените за конкурса публикации и документи достатъчно убедително разкриват достойнствата – научни и професионални, на гл. ас. д-р Мирослава Ценкова. Към тях, разбира се, могат да се предявят претенции за още по-голяма детайлност и аргументираност. Очаквах по-голяма обвързаност на авторите концепции за бизнес комуникацията и връзките с обществеността, и корпоративната/фирмената култура, от друга страна. Всичко това обаче съвсем не омаловажава общото отлично впечатление от изследователската и преподавателската работа на кандидата.

Въпросът ми към гл. ас. д-р Мирослава Ценкова е „Кои са най-големите предизвикателства и рискове от използването на изкуствения интелект в дигиталната комуникация на бизнеса?“.

III. Заключение

Въз основа на всичко посочено по-горе убедено ще гласувам гл. ас. д-р Мирослава Красиминова Ценкова да бъде избрана за академичната длъжност доцент по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Дигитална комуникация на бизнеса).

Дата: 28.07.2023 г.

Член на журито:

Проф. д.н. Любомир Стойков