

СТАНОВИЩЕ

От проф. д-р Маргарита Йорданова Пешева, ВТУ"Св. св. Кирил и Методий", професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки върху научните трудове за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност "доцент", по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (реклама и публичен брандинг), обявен в ДВ, бр.2/08.01.2016г., Заповед №3-РК-207/24.02.2016г. с единствен кандидат гл.ас. д-р Албена Ганчева Павлова.

Първо. Изследователска (творческа) дейност и резултати.

1.Оценка на монографичния труд, на научните и научно- приложни приноси на автора.

Основният монографичен труд "*Реклама, публичен брандинг и нормативна уредба*", с който гл. ас. д-р Албена Павлова участва в този конкурс, продължава научните ѝ търсения, които тя успешно представи и защити в докторската си дисертация "*Еротиката в рекламата- семиотични и комуникативни аспекти*".

Кои са основните научни предимства на представения хабилитационен труд ?

- Монографията надгражда научни гледища, определения и понятия в областта на рекламата в контекста на интегрираните маркетингови комуникации. Гл.ас. д-р Албена Павлова предлага ново, по- разширено понятие за "реклама", в което тя включва и рекламата в публичния сектор;
- В монографията се систематизират научни определения и виждания за бранд и брандинг. Анализът и дефинирането на понятието "*първокласна марка*" е оригинален принос в българските научни изследвания по реклама и маркетинг;
- В монографията за първи път е направен сравнителен анализ на понятията "*имидж*", "*репутация*" и "*бранд*", което внася нови значения в тяхната научна употреба. Интересен е контекстът на публичната сфера, който се използва, за доказване на техните възможни значения и разлики;
- Рекламата и брандингът се позиционират главно по отношение на публичната сфера, в отделните аспекти на държавното и публичното управление. Това е сравнително нов прочит на рекламата и брандинга, който позволява да се разгледа регионалният живот и местното управление чрез рекламното присъствие и изграждане на нови брандове- на държави, градове и региони, на местни събития и градски инициативи, на политически личности и партии. Това разширява рекламните значения и бранд позиционирането по отношение на публичната сфера. Авторката с професионални аргументи доказва, че

успешният бранд е надежден "пропуск" към по-добрата комуникация с отделните граждани, той улеснява прозрачното и ефективно управление и изгражда публичната репутация на държавните институции на местно равнище.

Всичко това показва, че представената научна монография има всички необходими качества на хабилитационен труд. Тя предлага нови творчески идеи и виждания и в областта на рекламата (рекламата в публичния сектор), и в областта на бранда и брандинга (брандът в контекста на градската среда и местното управление). Това разширява техните значения и приложимост- в сравнително нов контекст, свързан с държавното управление в градовете и регионите. Несъмнено това е оригинален прочит на рекламата, бранда и брандинга- от гледище на нарастващата роля на регионалните (локалните) култури в епохата на глобализацията.

2. Оценка на приносите в останалите приложени публикации, направени след назначаването на академичната длъжност "главен асистент".

- В няколко научни статии авторката разглежда прилагането на шестте основни цвята в рекламите на храни, съотнесени към основните цветове- бялото и черното. Това е оригинален прочит на рекламната иконография в продуктовата гама. Тя акцентира не само върху цвета, използван в конкретната реклама, но и върху неговите нюанси, които винаги съдържат отделни послания и значения и могат да се тълкуват различно;
- Особено важно е научното изследване на текста и контекста в рекламата. Авторката акцентира основно върху контекста, създаван от комуникативната ситуация на средата, който позволява една и съща реклама всеки път да бъде прочетена различно. Систематизирането на примери от актуални телевизионни реклами, разгледани в добър и лош контекст обогатява изследванията, посветени на рекламата и възможните ѝ значения в отделните комуникативни ситуации;
- Оригинален принос на вторката е изследването на ролята на рекламата и бранда в публичното и държавното управление. Те все повече стават част от новия мениджмънт на промяната в процеса на държавното и публичното управление, което е изправено пред нови предизвикателства и рискове. Създаването на оригинален бранд на една държава е надежден публичен пропуск към нейните предимства, народопсихология и природни дадености, които задължително трябва да се рекламират по подходящ начин.

3.Цитиране от други автори.

Монографията на гл.ас. д-р Албена Павлова: "*Секс, еротика и реклама*", която разглежда сексуалните и еротичните апели в тяхната комуникативна и символна употреба е широко цитирана. Тя се използва и цитира в редица курсови и дипломни работи на студенти от НБУ.

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

Гл.ас. д-р Албена Павлова след избирането ѝ за главен асистент има участия в **шест научно- изследователски проекта**. Те показват нейната самостоятелност и фокусиране върху точно определени научни задачи и проблеми. Тя участва в проект, финансиран от Оперативна програма "Административен капацитет" като лектор с обособена позиция №5 "Реклама в публичния сектор". Някои проекти са тясно свързани с обучителната дейност в НБУ като теренни изследвания на комуникативните практики в **общините Трявна и Батак**. Тя участва като експерт и в изпълнението на проект, предназначен за подобряване на качеството на предлаганите от НБУ образователни услуги чрез система за частично електронно обучение и въвеждане на продължаващо обучение за академичния и административен състав на университета. Гл.ас. д-р Албена Павлова има своя творческа програма, която включва **ново научно изследване на избрани символи в рекламата, а също и разработване на учебен курс, който се отнася до комуникациите в местната администрация**. В творческите ѝ планове влиза и **публичния брандинг на местно ниво**. Нейната творческа програма показва отлично формулиране на изпълними задачи и творчески цели.

Второ.Учебна и преподавателска дейност.

1. Аудиторна и извънаудиторна дейност, работа в електронния обучителен модул "MOODLE-НБУ", осигуряване на студентски практики и стажове, работа със студенти и докторанти.

Гл.ас.д-р Албена Павлова е изпълнила необходимите изисквания за публикации на учебни материали в книжен вид и в електронния обучителен модул "MOODLE-НБУ".Тя участва и в процедура за допълнителна заетост с развито електронно обучение. След избирането ѝ за "главен асистент" тя е разработила **8 авторски учебни курса**, между които :*"Реклама в публичния сектор"; "Творчество в рекламната комуникация";"Символика в рекламните изображения";"Сексуални и еротични апели в рекламата";"Комуникации и публичен брандинг"* и др. Тези учебни курсове са съвременни и модерни, ето защо предизвикват силен интерес от страна на студентите. В качеството ѝ на програмен директор и програмен консултант тя активно участва и в развитието на програмите на департамент "*Публична администрация*" и особено- на бакалавърската програма "*Администрация и управление*".

Гл.ас.д-р Албена Павлова има опит и капацитет в работата си със студенти и докторанти. За периода от 2012г. насам, в НБУ тя е била научен ръководител на **7 студенти**, има написани **9 рецензии** и е участвала в **88 изпитни комисии**. Тя е провела и **две теренни изследвания** по проекти към БФ с участието на **12 студенти**.

В качеството си на директор на *Център за обучителни ресурси* е работила с докторанти, като е провеждала обучения и консултации. В качеството си на програмен директор постоянно консултира студенти от департамент "*Публична администрация*".

2.Работа с Еразъм- студенти.

В представената документация гл.ас. д-р Албена Павлова не е отбелязала работа с Еразъм- студенти. Но убедена съм- това ѝ предстои.

3. Оценки от анкетите на студентите.

Гл.ас.д-р Албена Павлова има средна оценка от студентите **над изискуемото 4.00** за удовлетвореност от курс и преподавател (по петобална система). Този резултат показва, че тя вече има нужния опит в учебната дейност, който ѝ позволява да преподава интересно и ефективно. В учебната си дейност тя използва **текущ контрол**, като възлага на студентите домашни задачи (есета) и изпълнение на курсови работи и анализи, като тестове и казуси.

Трето. Административна и обществена дейност.

1.Участие в колективни органи на управление на НБУ.

Гл.ас.д-р Албена Павлова има активно участие в колективните органи на НБУ. От назначаването си за главен асистент- досега, в продължение на 6 месеца е **директор на Център за обучителни ресурси** ЦОР, една година е **програмен директор**. А сега е **програмен консултант**.

2.Обществена активност.

Гл.ас.д-р Албена Павлова има активно участие с мнения и предложения във всички **департаментски съвети**. Нейните инициативи са свързани предимно с развитието на учебните програми и др. Тя активно преподава в *Центъра за обучителни ресурси* през 2012 г. когато е негов директор, а през 2015г. води учебен курс в ЦОР.

3.Привличане на студенти в програмата.

Гл.ас. Албена Павлова изпълнява нормата за учебна заетост- през учебната 2012/13г. тя е водила **11 учебни курса** с общо **461 студенти**, през 2013/14г.- **12 учебни курса** с **438 студенти**, а през 2014/15г.- **16 учебни курса** с **627 студенти**. През 2015/16г. тя води **9 учебни курса** с **256 студенти**. Данните показват, че нейната учебна дейност е твърде голяма като брой учебни курсове, но и като брой обучавани студенти. Това е надежден показател за научната ѝ подготовка и компетентност като университетски преподавател.

Четвърто. Лични впечатления от кандидата.

Като рецензент на нейната докторска дисертация, имам лични впечатления от гл.ас. д-р Албена Павлова. Тя е много последователна в научните си търсения, умее да си поставя реални научни цели, които знае как да изпълни. Има подчертан интерес към проблематиката, която се отнася до еротиката на рекламата, брандинга, рекламата

и брандинга на местно ниво. Тя има изградена професионална компетентност, нагласа и умения за работа в екип, притежава научен финес и отлично възпитание, които ѝ помагат в ежедневната ѝ комуникация с колеги преподаватели и студенти. Научните ѝ публикации след докторската ѝ дисертация безспорно показват бързото ѝ научно развитие, придобиването на необходимата квалификация на университетски преподавател, който е особено търсен и желан от студентите.

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

Моята главна препоръка към гл.ас. д-р Албена Павлова е да систематизира и развие своите изследвания, посветени на рекламата и бранда в държавното и местното управление в нова научна монография. Тя ще бъде особено полезна за студенти по реклама, маркетинг и публична администрация. А също и за развитието и осмислянето на социалната комуникация в държавната администрация и местното управление. Все по-наложително е държавата България да се рекламира и брандира в зависимост от своите истински богатства и природни дадености. Но и в контекста на глобалните процеси и промяната на комуникативната ситуация в Европа и по света.

Заключение.

Като имам предвид научно-изследователската дейност на гл.ас. д-р Албена Ганчева Павлова, оригиналният характер и научните достойнства на нейния хабилитационен труд, нейната преподавателска дейност, многобройните учебни дисциплини, които тя преподава пред студенти бакалаври и магистри, активното ѝ участие в изпълнението на научно-изследователски проекти, нейната административна и обществена дейност в НБУ, **напълно убедено** препоръчам на уважаемото научно жури да присъди академичната длъжност "доцент" на гл.ас. д-р Албена Ганчева Павлова, единствен участник в конкурс за доцент в НБУ, професионално направление 3.5. "Обществени комуникации и информационни науки", научна специалност "реклама и публичен брандинг", обявен в ДВ, бр.2/08.01.2016г.

гр. София, 13 април 2016г.

проф. д-р Маргарита Йорданова Пешева

ВТУ "Св. св. Кирил и Методий"