



Вх. №

РД-0-40/12.01.2026

РЕЦЕНЗИЯ

върху дисертационен труд за присъждане на ОНС „доктор“
по ПН 3.8. „Икономика“,
докторска програма „Маркетинг“

1. Обща информация

Изготвил рецензията: доц. д-р Свилен Венков Иванов, научна специалност „Маркетинг“, Икономически университет – Варна

Основание за написване на рецензията: участие в състав на Научно жури със заповед, № РД-06-166/07.11.2025 г. на Ректора на Икономически университет – Варна и Решение на Научното жури от 17.11.2025 г. в хибриден формат

Автор на дисертационния труд: Радина Пламенова Яшек

Тема на дисертационния труд: Идентичност на флуидни брандове в дигитална среда

2. Данни за дисертанта

Радина Яшек е родена на 03.09.1988 г. и според предоставената автобиография в момента работи като преводач от немски език в Транслингва Европа ЕООД, София, България. Работила е като доброволец във Фондация „Пловдив 2019 – Европейска столица на културата“, Пловдив, България, като тази ѝ работа стои в основата на провеждане на изследването и написването на дисертационния ѝ труд. Радина Яшек има богат професионален опит в областта на маркетинга. Тя е била редовен докторант в Катедра „Маркетинг“ в периода Септември 2014 - Юни 2016, след което е отчислена с право на защита. Съгласно решението на Катедра „Маркетинг“ Яшек е покрила Минималните национални изисквания, необходими за защита на дисертационен труд, а внесенят ръкопис с решение на катедрата е насочен на защита след две обсъждания и предоставен авторски доклад за извършените промени по първоначалния вариант.

3. Общо представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд е с общ обем от 238 страници и е структуриран в увод (7 стр.), три глави (167 стр.), заключение (4 стр.), списък на използваната литература (21 стр.) и приложения (35 стр.). Дисертацията съдържа 34 таблици, 13 фигури и 12 приложения. Библиографията включва 323 източника (39 от които онлайн) на български и английски език.



4. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Дисертационният труд е написан по тема, която има потенциал да се превърне в значима, с оглед на две необходими условия. Първото е ясно извеждане на конкретна авторова дефиниция за „флуиден бранд“ и очертаване на полето от възможности за приложението ѝ в практиката. Второто е свързано с актуалността на управлението на брандове на територии, каквито могат да бъдат населените места, исторически и географски региони, както и отделни държави. Идеята на автора на дисертационния труд, макар и ненапълно прецизирана, да разглежда флуидния бранд като „многобройни вариации и дизайни на отличителните елементи на бранда (напр. лого) за ограничен период от време без да променят основните характеристики и послания на същинския бранд“ (стр. 4) безспорно е интересна. Тя разполага бранда във времето, макар да среща трудности с разграничаването на отделните му елементи от гледна точка на двете основни групи – статични и променящи се. От друга страна свеждането на флуидния бранд основно до вариации на логото на традиционния бранд поставя немалко важни въпроси, част от които не намират отговори в дисертационния труд.

Въведението на дисертацията задава сравнително ясно, макар и с известни противоречия, рамките на направеното изследване, неговите цели, задачи и описва възможности за приложение на получените резултати. Дефинираната основна цел на дисертацията включва в себе си две обвързани, макар и различни цели. Първата е „на база на теоретичен анализ да се разработи и тества модел за идентичност на флуиден бранд в контекста на градове-дестинации“. Втората е чрез проведено изследване на удовлетвореността на жителите на гр. Пловдив да се направят препоръки за подобряване идентичността на бъдещи флуидни брандове с титла „Европейска столица на културата“ в Централна и Източна Европа“. Както може да се види, и двете цели са амбициозни, по формулираните ограничения поставят въпроса дали целите могат да бъдат изпълнени напълно. Проблемът е свързан с прекалено тясно дефинирания предмет на изследването, а именно „удовлетвореността на гражданите на гр. Пловдив от визуалната идентичност (лого) на бранд „Пловдив – Европейска столица на културата 2019““ (стр. 8). Това означава, че при проектиране на емпиричното изследване се залага основно на изследване на възприятията на логото на бранда, въз основа на което трудно биха могли да бъдат изведени заключения, чрез които да се изпълнят поставените амбициозни цели. Всъщност авторската заявка „... чрез статистически методи в дигиталната среда да се предложи и тества теоретичен модел за флуиден бранд“ поставя интересния въпрос дали и в каква степен е възможно въз основа на рецепцията на варианти на логото изобщо да се изведе и тества модел на флуиден бранд.

Във връзка с тези цели са формулирани и конкретни очаквани приноси. Макар и не съвсем ясно дефинирани, могат да се открият две основни заявки на автора. Първата е за създаване на „теоретичен модел за идентичност на флуиден бранд „Бранд хромозома“, който носи елементи на иновативност... чрез комбинирането на методи и подходи от различни научни области (брандинг, генетика, дизайн)“. Втората заявка е свързана с „



изграждане и апробиране на методика за еволюция на класически бранд във флуиден бранд-дестинация и критерии за успеваемостта му в дигитална среда“.

В **Първа глава**, в три отделни параграфа, е направен задълбочен обзор на литературни източници, свързани с позиционирането и дизайна на флуидни брандове, както и с визуалната идентичност. Изведена е класификацията на модели за бранд идентичност. Специално внимание е обърнато на бранд дестинациите като специфична форма на флуиден бранд, както и на влиянието на заинтересованите лица при формиране на идентичност на бранд дестинация. Следва да се посочи, че литературният обзор може да се възприеме като предпоставка за изпълнението на поставените в увода цели и задачи. В края на главата се предлага адаптиран концептуален модел на „бранд ДНК“ (стр. 62), който разграничава „флуидни елементи“ и „константни елементи“ на бранда в съгласие с възприетата от автора на дисертацията постановка. Въз основа на този модел авторът извежда и фигура на „бранд хромозома“ (стр. 63) в която проектира „флуидни“ и „константни“ елементи на бранд идентичността. Безспорно в теоретичен план тази концепция буди интерес, макар да оставя отворени въпроси, свързани с практическото ѝ приложение при проектирането на бранд идентичността. Под въпрос остава и заявения интердисциплинарен характер на изследването, особено що се отнася до връзката му с генетиката.

Във **Втора глава** на дисертацията се представя сравнителен анализ и авторова методика за изследване идентичността на флуидни брандове „Европейска столица на културата“. Авторът обвързва анализа с развитието на културния туризъм в Европа, като акцентира върху потенциалните ползи за определени градове от превръщането на „Европейска столица на културата“ в конкретен бранд. Направен е опит за извеждане на положителни и отрицателни ефекти за градовете, които са определени за столица на културата в различните периоди, въз основа на вторични данни. В третия параграф на главата се предлага методика за изследвана не идентичността на бранд „Пловдив – Европейска столица на културата 2019“. Методиката включва използването на дълбочинни интервюта с експерти и анкетно проучване сред жителите на Пловдив.

В рамките на предложените и проведени дълбочинни интервюта са изведени пет критерия, въз основа на които може да се определи дали един бранд „Европейска столица на културата“ е успешен или не. Авторът посочва, че основна задача на анкетното проучване е да установи дали и в каква степен удовлетвореността на гражданите от новото лого на „Пловдив 2019“ се определя от предпочитанията им за използването на старото или новото лого, пеговия цвят и наличие или отсъствие на флуидни елементи в дигитална среда (стр. 122-123). В края на параграфа авторът описва използването в рамките на анализа на емпиричните данни статистически процедури и дефинира четири изследователски хипотези. Те обвързват идентичността на флуидния бранд с въздействието на четири елемента на визуалната идентичност – дизайна, логото, стила и представянето. Предложена е и авторова „Схема за синтезиране на ключовите фактори и превръщане на класически бранд във флуиден бранд“ (стр. 128), както и дизайн на този процес, състоящ се от пет отделни стъпки.



В **трета глава** се представят основните резултати от проведените емпирични проучвания. В началото на главата се представят мненията (и разказите) на респондентите от дълбочинните интервюта за проектирането и комуникирането на елементите на визуалната идентичност на изследвания бранд. Във втория параграф се прави анализ въз основа на набраните емпирични данни от анкетното проучване. Представени са резултатите от тестваните изследователски въпроси и хипотези. Въз основа на направения анализ авторът на дисертацията стига до заключението, че дизайнът, логото и стилът на бранда имат положително влияние върху идентичността на флуидния бранд (стр. 164). Въз основа на резултатите от проведения регресионен анализ авторът посочва, че е необходимо поставянето на фокус върху стиловите елементи на идентичността на флуидния бранд, както и необходимостта от ревизия на логото и подсилването на елементите на дизайна (стр. 168).

В последния параграф, стъпвайки върху резултатите от анализа на набраните емпирични данни, авторът на дисертацията формулира три препоръки за подобряване на идентичността на флуидни брандове „с титла „Европейска столица на културата““. Тези препоръки са свързани с „планиране на дигитална кампания с флуидни елементи на логото“, „оптимизация на правилата за черно-бяло и цветно проявление на флуидния бранд“ и „внедряването на комуникационна стратегия за различните заинтересовани лица и дигитални платформи“ (стр. 174). В края на параграфа се извеждат конкретни препоръки за „укрепване идентичността на флуидния бранд“ (стр. 175), произтичащи от направените в предходните параграфи анализи на емпиричните данни. Въз основа на тях авторът изказва твърденията, че „тезата на дисертационния труд е потвърдена“, като посочва, че „имплементирането на флуиден бранд в дигиталната бранд стратегия на „Пловдив – Европейска столица на културата 2019“ подобрява възприемането за идентичност от различни групи вътрешни заинтересовани лица“, като посочва, че „се наблюдава възможност за дългосрочен положителен ефект в областта на културата, туризма и инвестициите.“

В **заключението** авторът обобщава направеното от него в дисертацията, като заявеното в известна степен надхвърля реално осъщественото. Използваните формулировки за резултатите съвпадат в пълна степен с посочените в увода цели и задачи, като по този начин създават рамка на дисертацията. В края се формулират практически препоръки към бъдещи градове „Европейски столици на културата“ в Източна и Централна Европа.

Библиографската справка показва изключителното сериозното отношение на автора към изследвания от него проблем, тъй като включва над 300 научни публикации и източници на вторични данни, свързани с темата.

Езикът, стилът и структурата на дисертацията имат характеристики на монографичен труд. Голяма част от поставените **цели и задачи** са постигнати и изпълнени изцяло или частично.

Авторефератът кореспондира напълно на дисертацията.

От посоченото в тази част на рецензията може да се направи заключение, че авторът на дисертацията притежава научни познания и има формиран собствен поглед върху



темата за флуидните брандове. Проектирането на изследователски инструменти и набирането на емпирични данни, свързани с целите на изследването показват, че дисертантът е в състояние да планира и проведе самостоятелно научно проучване, с което се изпълняват условията за придобиване на ОНС „доктор“, заложен в нормативната база.

5. Идентифициране и оценяване на научните и научно – приложните приноси в дисертационния труд

В автореферата дисертантът посочва **четири приносни момента**, от които могат да бъдат потвърдени един и частично два.

Може да се приеме, че авторът предлага собствена дефиниция на „флуиден бранд“, както и, че предлага собствен концептуален модел „Бранд хромозома“.

Според втория посочен принос, авторът представя и тества методика за проверка на приложимостта и успеваемостта на идеята за флуиден бранд при бъдещи градове-домакини. В същото време в дисертацията се предлага дизайн и процедура за провеждане на дълбочинни интервюта с експерти и на набиране на емпирични данни за възприятия на варианти на логото, като част от визуалната идентичност чрез анкетно проучване. Това трудно може да бъде определено като авторска методика. По-скоро тук се наблюдава проектиране и представяне на резултати от проучване за тестване на възприемане на визуални елементи на бранд на градове – културни столици.

В посочения трети принос не мога да открия приносни моменти, а по-скоро заключения във връзка с изследване на възприемането на логото на конкретен бранд.

Четвъртият принос може да се приеме с оглед на неговата практико-приложна стойност, макар да изглежда повече като потенциален, отколкото като реално осъществен.

6. Публикации и участие в научни форуми

Въз основа на предоставените документи констатирам **съответствие** на количествените изисквания по чл. 35, ал. 1, т. 1-4 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна и с минималните национални изисквания за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, съгласно чл. 2б, ал. 2 и ал. 3 на Закона за развитие на академичния състав в Република България.

7. Констатирано или не констатирано плагиатство в дисертационния труд и автореферата

Направената проверка на дисертационния труд и на автореферата **не констатира** извършено плагиатство.



8. Критични бележки и препоръки

Заглавието на дисертационния труд е достатъчно широко формулирано, за да не създава непременно очаквания, че ще бъде разработен и представен конкретен проект за изграждане и оценка на флуиден бранд. Въпреки това стойността на една научна разработка може да бъде открита не само в отговорите, които дава, но и във въпросите, които поставя. От тази гледна точка идеята за създаването на методика за проектиране на флуидни брандове в дигитална среда крие в себе си достатъчен потенциал. Тази идея създава предпоставки за търсенето на конкретни приложения и създаването на методика и процес за изграждането и управлението на флуидни брандове.

Критичен момент в дисертационния труд е обвързването на възприемането на елементи на визуална идентичност на бранда със заявката за оценка на успеха на флуидния бранд в дигитална среда. Както и свеждането на целите на проучването единствено до изследване на субективни преценки и възприятия на респонденти за вариантите на лого, прифит и цвят. Това, от друга страна, води до приравняването на бранда само до част от елементите на неговата визуална идентичност. По този начин се създава различен от представения контекст на резултатите от проучването.

Много по-добре би било целите и задачите на проучването да бъдат сведени до онова, което в действителност е направено. А именно – проучване на възприемането на елементи от визуалната идентичност на флуиден бранд от целевите му аудитории. В този смисъл направените заключения би следвало да бъдат използвани основно за препоръки във връзка с необходимостта от редизайн или запазване на тези елементи, базирани на рецепцията на стейкхолдърите. Отделно от това остава отворен въпросът доколко анализът постфактум на елементи от визуалната идентичност на даден бранд, част от вече проведени кампании, има прогностична стойност и може да се използва в други условия и при други брандове.

9. Въпроси към дисертанта

Във връзка с констатираните дискуссионни моменти в дисертацията могат да бъдат поставени два по-важни въпроса, чрез които дисертантът да изрази по-ясно своята позиция:

Първи въпрос: Освен проучване на възприемането на елементите на визуалната идентичност на бранда, данни за какво би следвало да бъдат набирани, за да се тества въздействието на флуидния бранд, а не само на неговата визуална идентичност?

Втори въпрос: Ако дисертантът трябва да разработи флуиден бранд на град кандидат за европейска столица на културата какви групи данни трябва да набере предварително, за да проектира реално приложима „бранд хромозома“, въз основа на която да бъде разработено проектно предложение?



10. Заключение

Дисертационният труд може да бъде определен като научно изследване по актуален и значим въпрос, свързан с концепцията за флуидни брандове в дигитална среда. Налице са и приносни моменти, разработени в концептуален план от автора на дисертацията, които могат да обогатят практиката за управление на брандове на градове като атрактивни туристически дестинации.

Дисертационният труд отговаря на изискванията по Закон за развитие на академичния състав на Република България, поради което предлагам на членовете на уважаемото Научно жури да вземат положително решение за присъждането на образователна и научна степен „доктор“ по докторска програма „Маркетинг“ на Радина Пламенова Яшек.

09.01.2026 г. Изготвил рецензията:

(Доц. д-р Свилен Иванов)

Svilen V.
Ivanov

Д. Свилен Иванов
Заличена информация съгласно
ЗЗЛД и регламент (ЕС) 2016/ 679
svilenkovanov@ue-varna.bg
svilenkovanov,
BG-6904061040,
svilen, sn=Ivanov, l=Varna,
2026.01.10 12:18:28 +02'00'

РЕЦЕНЗИЯ

От: проф. д-р Христо Иванов Катранджиев

Професионално направление: 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг“, Катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, УНСС, София

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по 3.8 Икономика, докторска програма „Маркетинг“.

Основание за представяне на становището: Заповед № РД-06-166/07.11.2025 г. на Ректора на Икономически университет – Варна.

Автор на дисертационния труд: Радина Пламенова Яшек

Тема на дисертационния труд: Идентичност на флуидни брандове в дигитална среда

1. Общо представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд, представен за становище, е с общ обем от 238 страници и включва: уводна част (7 стр.), три основни глави (167 стр.), заключение (4 стр.), списък на използваната литература (21 стр.) и приложения (36 стр.). Основният текст е илюстриран с 34 таблици и 13 фигури. В разработката са

използвани общо 323 литературни източника, от които 10 на кирилица, 274 на латиница и 39 интернет източника.

Избраната тема на дисертационния труд е актуална и с висока научна и практическа значимост, като е фокусирана върху идентичността на флуидните брандове в дигитална среда. Акцентът върху градове-дестинации, носители на престижната титла „Европейска столица на културата“, представлява интерес за широк кръг заинтересовани страни. Актуалността на изследването се обуславя от факта, че концепцията за флуидните брандове е все още недостатъчно изследвана в контекста на градските дестинации. Анализът на тези градове създава възможност за разкриване на процесите по формиране, адаптиране и комуникация на визуалната им идентичност в условията на динамична дигитална среда и засилена международна конкуренция.

Като обект на изследването е определен брандът „Пловдив – Европейска столица на културата 2019“, а предметът на изследване обхваща степента на удовлетвореност на жителите на град Пловдив от неговата визуална идентичност (лого), разгледана през призмата на прилагането на концепцията за флуиден бранд.

Целта на дисертационния труд е, на основата на теоретичен анализ, да бъде разработен и апробиран модел за идентичност на флуиден бранд в контекста на градове-дестинации, както и да бъдат предложени конкретни насоки за усъвършенстване на идентичността на бъдещи флуидни брандове с титлата „Европейска столица на културата“ в Централна и Източна Европа.

Така формулираната цел, както и определените пет научноизследователски задачи, могат да бъдат определени като ясни и прецизно структурирани.

Формулираната изследователска теза, че внедряването на флуиден бранд в дигиталната бранд стратегия на „Пловдив – Европейска столица на културата 2019“ допринася за подобряване на възприятието за бранд идентичността на „Пловдив 2019“, предопределя теоретико-методологичния и приложния характер на дисертационната разработка.

За емпиричното тестване на предложения концептуален модел за идентичност на флуиден бранд-дестинация са проведени дълбочинни интервюта с експерти в съответната област, както и анкетни проучвания сред жители на град Пловдив. При обработката и анализа на събраните данни са използвани методи като абстрактно-логически анализ, дескриптивна статистика, семантичен диференциал, дисперсионен анализ (ANOVA), факторен и регресионен анализ.

Оценявам положително аргументирания избор на обект и предмет на изследване и считам, че поставената изследователска цел е успешно постигната. Формулираните задачи са реализирани, а основната изследователска теза е аргументирано доказана. Използваните литературни източници са подбрани целесъобразно и са коректно интерпретирани

2. Публикации и участие в научни форуми

По проблематиката на дисертационния труд са реализирани общо пет научни публикации, включително четири самостоятелни разработки и една публикация в съавторство. Сред тях се откроява една статия, публикувана в научно издание, индексирано в международно признатата база данни **Scopus**, както и четири научни доклада, включени в сборници от авторитетни национални и международни научни конференции.

Анализът на представената документация и съпътстващите материали дава основание да се приеме, че научноизследователската активност на докторант Радина Пламенова Яшек, изразена чрез публикационната ѝ дейност и участието ѝ в научни форуми, не само покрива, но и надхвърля нормативно установените критерии, регламентирани в чл. 57, т. 4 от Правилника за развитие на академичния състав в ИУ – Варна, както и минималните национални изисквания за придобиване на образователната и научна степен „доктор“, определени в чл. 2б от Закона за развитие на академичния състав в Република България.

3. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Анализът на дисертационния труд показва, че авторът демонстрира способност за критично осмисляне, систематизация и задълбочен анализ на съществуващите научни източници по разглежданата проблематика. В рамките на теоретичната част са ясно разграничени и аргументирано представени основните компоненти на флуидните брандове – както устойчивите, така и променливите им елементи, тяхното позициониране, както и съществените характеристики на идентичността на флуидните брандове в условията на дигитална среда. Допълнително е анализирана ролята и влиянието на заинтересованите страни в процеса на формиране на идентичността на брандовете на туристическите дестинации. В този контекст е разработен концептуален модел за идентичност на флуиден бранд в дигитална среда, представляващ авторска интерпретация и адаптация на модела на Charman и Tulien, представен в първа глава на дисертационния труд. Въз основа на изложеното може да се направи обобщаващ извод, че кандидатът за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ притежава задълбочени и систематизирани теоретични познания по избраната изследователска тема.

Съществен принос на разработката представлява извършеният сравнителен анализ на визуалната идентичност на градове, носители на титлата „Европейска столица на културата“.

Идентифицираните положителни и отрицателни ефекти, както и очертаните предизвикателства пред градовете с този статут, допринасят за по-пълно разбиране на спецификата и динамиката на тяхната бранд идентичност. Предложената методика за изследване на идентичността на бранд „Пловдив – Европейска столица на културата 2019“ се характеризира с ясно структурирана логическа последователност на етапите и с аргументиран избор на комбинирани изследователски подходи. Чрез съчетаване на качествени и количествени методи се осигурява възможност за задълбочен анализ на бранд идентичността, което допринася както за емпиричното валидиране на предложения модел, така и за формулирането на практически приложими изводи и препоръки, изложени във втора глава.

Резултатите, получени от проведените дълбочинни интервюта и количествени емпирични изследвания, създават предпоставки за извеждане на обобщени заключения и насоки, насочени към усъвършенстване на представянето на бъдещи градове-домакини чрез интегриране и прилагане на елементи на флуиден бранд в рамките на инициативата „Европейска столица на културата“. Приложените методи за анализ кореспондират с формулираната изследователска цел и поставените задачи, което допълнително потвърждава методологическата издържаност на изследването.

Дисертационният труд се отличава с много добра структура, яснота на изложението и адекватна визуализация на резултатите, поради което може да бъде разглеждан като надеждна теоретична

и емпирична основа за бъдещи научни изследвания в разглежданата област.

Авторефератът е изготвен в съответствие с утвърдените академични изисквания, съдържа всички необходими структурни елементи и в достатъчна степен и коректно отразява съдържанието и основните акценти на дисертационния труд.

4. Идентифициране и оценяване на научните и научно – приложните приноси в дисертационния труд

В резултат на проведеното изследване са изведени четири научни приноса, които по своята същност съчетават теоретико-методологични и практико-ориентирани аспекти и могат да бъдат признати като значими.

5. Констатирано или неконстатирано плагиатство в дисертационния труд и автореферата

В резултат на извършената проверка не се установяват признаци на плагиатство в дисертационния труд и автореферата на Радина Пламенова Яшек. Представените теоретични обобщения, аналитични процедури, емпирични изследвания, както и формулираните изводи и препоръки могат да бъдат разглеждани

като резултат от самостоятелната научноизследователска работа на автора.

6. Критични бележки и препоръки

Препоръката ми към докторантката е да продължи с изследванията си в същата посока като надгради анализа си не само по отношение на бранд идентичността, но също така и по посока на други измерения (нагласи, емоции и т.т.)

7. Въпроси към дисертанта

Кое е най-голямото предизвикателство при измерването и анализа на идентичността на флуидни брандове в дигитална среда?

8. Заключение

Представеният дисертационен труд представлява самостоятелна, оригинална и задълбочена научна разработка, насочена към изследване на актуална и обществено значима проблематика. В съдържанието на дисертацията са ясно идентифицирани теоретико-методологични и практико-ориентирани приноси, като разработката отговаря в пълна степен на

нормативните изисквания, регламентирани в Закона за развитие на академичния състав в Република България, както и на Правилника за прилагането му в ИУ – Варна.

Въз основа на направената цялостна оценка давам положително становище за дисертационния труд и предлагам на уважаемите членове на Научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на Радина Пламенова Яшек в област на висше образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“.

15.01.2026 г.

София

Подпис:

/проф. д-р Хр. Кисиев/

