

РЕЦЕНЗИЯ

От: проф. д-р Галина Пенчева Младенова, Университет за национално и световно стопанство, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“

Относно: конкурс за заемане на академичната длъжност **доцент**, обявен в ДВ бр.47/04.06.2024г., област на висше образование 8. Изкуства, професионално направление 8.4. Театрално и филмово изкуство (реклама), департамент „Кино, реклама и шоубизнес“, НБУ

Кандидат в конкурса: гл. ас. д-р Даниела Методиева Кадийска

Рецензията е разработена на основание участие в състава на научното жури по конкурса в съответствие със Заповед З-РК-314/25.07.2024 г. на Ректора на НБУ. Единствен кандидат в обявения конкурс е гл. ас. д-р Даниела Методиева Кадийска, редовен преподавател в департамент „Кино, реклама и шоубизнес“, НБУ.

I. Оценка за съответствие с минималните национални изисквания и изискванията на Нов български университет

От представените документи става ясно, че кандидатът в обявения конкурс гл. ас. д-р Даниела Кадийска отговаря на всички изисквания за заемане на академична длъжност „доцент“, съгласно чл.24 (1) от *Закона за развитие на академичния състав в Република България*:

- Притежава образователна и научна степен „доктор“;
- Заемала е академична длъжност асистент/гл. асистент не по-малко от две години;
- Представила е публикуван монографичен труд, който не повтаря представените трудове за получаване на ОНС „доктор“. Представила е други оригинални научноизследователски трудове и публикации, които не повтарят представените трудове за получаване на ОНС „доктор“;
- Изпълнила е минималните национални изисквания по чл. 2б, ал. 2 и 3 от *ЗРАСПБ*.

- Няма доказано по законоустановения ред плагиатство или недостоверност на представените научни данни в научните трудове.

От представената справка „Минимални изисквания към научната, преподавателската и/или художествено-творческата дейност на кандидатите за заемане на академичните длъжности по професионални направления, съобразени с ППЗРАСРБ и изискванията на Нов български университет“ става ясно, че кандидатът в конкурса съответства (групи А, В и Д) или превишава (групи Г, Е, Ж, З и И) минималните национални изискванията на ППЗРАСРБ (чл.1а, ал. 1) и изискванията на НБУ за заемане на академична длъжност „доцент“. В количествено отношение кандидатът е постигнал 890 точки, което повече от 1,5 пъти превишава минималния праг от 570 точки.

II. Изследователска (творческа) дейност и резултати

1. Оценка на монографичния труд

Гл. ас. д-р Даниела Кадийска участва в обявения конкурс с монографичен труд *Кадийска, Д. (2024). Рицарите на американската реклама - истории за креативност, дързост и вдъхновение. София: НБУ. ISBN 978-619-233-252-5*

Представената за рецензиране монография е с обем от 603 страници, включва 123 изображения и 232 литературни източници. Монографията може да бъде оценена високо – тя съдържа пълно и всеобхватно изложение по ясно формулиран проблем, който авторът изследва системно повече от 10 години, представя разгърнато съдържание, изчерпателна библиография. Наред с това още в началото следва да отбележа и други нейни достойнства: практико-приложната значимост; коректно разработения и приложен методически апарат; балансираната и логична структура; задълбочеността на анализа и аргументираността/адекватността на изводите/обобщенията; впечатляващата по своя обем и съдържание библиография. Прави впечатление отличният стил и умението на автора да пише за сериозни проблеми разбираемо, увлекателно и убедително. Подбрани са подходящи илюстративни материали. Обръщам внимание и на научната коректност и прецизност на автора при позоваване и цитиране.

В книгата „*Рицарите на американската реклама - истории за креативност, дързост и вдъхновение*“ се анализира историческото развитие на американската реклама, като се извежда значимостта на творците и създателите („истинските герои“), които със своите новаторски идеи и методи са променяли рекламата и са сложили значим отпечатък върху бизнеса, а и върху обществото като цяло. В уводната част авторът ясно и точно посочва целта на изследването – да се направи „обстоен анализ на историческото развитие на американската реклама“, анализ, който в крайна сметка надхвърля обичайното излагане на факти, събития, личности и помага да се обвържат и да се разберат процеси и явления в американската реклама.

На много места авторът изтъква „историко-биографичния“ подход на изследването си, което би оставило (подвеждащо) впечатление, че основната цел е да се проучат биографични данни и събития за едни от най-влиятелните личности в рекламата. Всъщност основното, което носи научната стойност на книгата, се заключава в умелото обвързване на тези факти и събития с революционните идеи, променили рекламата, с точното извеждане и доказване на приноса на всеки един от „рицарите на рекламата“.

Считам, че книгата е с висока научна и практическа полезност, т. к.:

- Чрез прилагане на исторически подход се опитва да вникне в механизма на рекламния творчески процес (креативността), отчитайки неговата сложност и обусловеност както от субективни, така и от обективни (социокултурни, технологични и т.н.) фактори;
- Изгражда мост между рекламата в нейния зародишен стадий и рекламата, каквато я познаваме днес, изследвайки основните принципи, развивани от поколения американски рекламисти;
- Дава отговор на въпроса как рекламата от полезна за бизнеса практика се трансформира с времето в сериозно научно поле? И какъв е приносът на конкретни личности и групи (компани) в този процес?
- Чрез анализ на отделни казуси за отличителни рекламни кампании дава възможност да се очертаят и разберат повратни точки (трамплини), дали тласък на американската (а и световната) рекламна практика.

Монографията е структурирана логично и дава възможност за системно изясняване на изследователския проблем. Специално следва да отбележа, че всяка глава е структурирана по идентичен начин – (1) биографични данни - представени са основните събития от живота на всеки рекламен „рицар“, събития, които дават възможност да се разберат предпоставките за техните рекламни идеи и методи; (2) основни постижения в рекламната наука и/или практика; (3) отличителни кампании; (4) изводи и обобщения за приноса на всяка личност към рекламната практика.

Първата част „Научната реклама“ (1 – 3 глава) е посветена на формирането на американската реклама и превръщането ѝ от интуитивен/спонтанен процес в научен/системен такъв. В тази част е проучен житейският път и приносът за развитие на рекламата на такива личности като: *пионерите в рекламния бизнес* Бенджамин Франклин, Финиъс Тейлър Барнъм, Волни Палмър, Франсис Уейланд Айер; *създателите на ранните теории за рекламата и брандинга* Джеймс Уолтър Томпсън, Стенли Резор, Хелън Лансдаун Резор, Джеймс Уеб Янг; *основоположниците на съвременната рекламна теория* Алберт Дейвис Ласкър и Клод Хопкинс.

Във втората част „Креативната революция“ (4 – 5 глава) са представени сериозните тласъци в развитието на рекламата в резултат на появата и разпространението на нови медии, нови технологии, нови имена и школи в началото и средата на 20 век. Представени са онези личности, които дават ново лице на американската реклама, формират рекламните стандарти, откриват нови подходи за рекламно повлияване: Ърнест Дихтер и *мотивационните му проучвания*; Росър Рийвс и концепцията му за *изключително продажбено предложение*; Бил Бернбах и *силата на рекламното въздействие*; Лео Бърнет и *налагане на визуалните образи в рекламата*; Дейвид Огилви и *връзката на рекламата с брандинга*.

Считам, че в монографията могат да се открият следните научни, методологически и практико-приложни приноси (част от посочените по-горе на с. 3 ползи от труда също могат да се разглеждат и като приноси):

- Приложен оригинален подход за разкриване и осмисляне на появата на нови идеи и практики в рекламата посредством изучаване на житейския път (биографии) на изтъкнати рекламисти (50 ключови личности).

- На основата на проучване на множество документи е изведено систематизирано теоретично знание за развитието на американската рекламна теория и практика, което може да бъде използвано както в развитие и надграждане в академични изследвания и обучение, така и в практиката на съвременните професионалисти в рекламата.

2. Оценка на останалите приложени публикации, направени след назначаването на академичната длъжност „гл. асистент“

За участие в конкурса гл. ас. д-р Даниела Кадийска е представила разнообразни по своя характер научни публикации, в т.ч.: хабилитационен труд - монография (1); статии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни токове (5); статии в научен електронен архив на НБУ (8); доклад от научна конференция, публикуван в редактиран колективен том (1). За участие в конкурса са представени и реализирани кратки авторски продукти в областта на изкуствата (3). Всички публикации са на български език. Липсват такива в световнопризнати бази данни.

В тематично отношение представените в конкурса научни публикации могат да се отнесат в следните основни изследователски области:

1. История и теория на рекламата (1 монография и 4 статии);
2. Продуктово позициониране (Product Placement), в т. ч. в зависимост от комуникацията и сюжетната връзка, морално-етични аспекти при продуктово позициониране на специфични категории и връзката на позиционирането с кръстосаните продажби (3 статии);
3. Аспекти на маркетинга към общността (Community Marketing) в контекста на бранд посланията в социалните мрежи (1 статия).

Запознаването с представените от гл. ас. д-р Даниела Кадийска научни публикации ми дава основание да заключа, че постиженията на кандидата в конкурса могат да бъдат отнесени към „обогатяване на съществуващите знания“ и на „приложение на съществуващата теория и методология за обяснение и анализ на конкретни практически проблеми“. Основните приноси по първото тематично направление бяха посочени при рецензирането на монографичния труд по-горе. Авторът демонстрира траен интерес и по отношение на продуктово позициониране като рекламен инструмент (след защитен дисертационен труд на тема „Изследване на

потребителските нагласи към продуктовото позициониране в киното и телевизията“ – като приносни моменти тук могат да се посочат (1) доказването на възможностите на продуктовото позициониране за постигане на кръстосани продажби; (2) класификация на продуктовото позициониране според начините на предаване на информация и сюжетната връзка; (3) определяне на нагласите на аудиторията към морално-етичните аспекти на продуктовото позициониране на цигари в американски филми.

Следва да се отбележи, че съдържателният анализ на публикациите разкрива устойчив и задълбочен научен интерес на кандидата в първите две от посочените по-горе области и демонстрира надграждане и развитие през годините.

3. Цитиране от други автори

От представените документи става ясно, че са установени 4 цитирания на две от научните публикации на кандидата в конкурса, а именно:

КАДИЙСКА, Даниела. Рекламата-изкуството кукувица. В: Стоп кадър: Юбилеен сборник в чест на професор Людмил Христов. София: Нов български университет, 2017, с. 134-151. ISBN 978-954-535-967-5.

КАДИЙСКА, Даниела. Тенденции в развитието на рекламата в списания-иновативни комуникационни решения [онлайн]. 2017. Научен електронен архив на НБУ.

III. Учебна и преподавателска дейност

Оценката на учебно-преподавателската дейност на гл. ас. д-р Даниела Кадийска мога да направя както въз основа на количествени (формални) критерии, така и на базата на собствените си наблюдения и впечатления, на отзивите на колеги и студенти.

По отношение както на количествените, така и на качествените критерии учебно-преподавателската работа на Даниела Кадийска може да се оцени като отлична. Основание за това заключение ми дават следните аргументи:

- Гл. ас. д-р Даниела Кадийска има дългогодишен академичен и практически опит в областта на рекламата. Водените от нея аудиторни и извънаудиторни учебни курсове в различни образователни степени на обучение в НБУ напълно съответстват на обявения конкурс: Основни рекламни школи, Рекламни фестивали, Работа по бриф, Рекламни практики, Иновативни форми на рекламата, Оформяне на портфолио и защита, Продуктово позициониране, Творческото мислене като

умение, Управление на връзките агенция-клиент, Рекламата - понятия, правила и примери, множество извънаудиторни курсове, практики и стажове.

Въз основа на посоченото може да се направи извод, че преподавателският опит и академичната компетентност на кандидата съответстват напълно на научната специалност на конкурса.

- Представените научни публикации на кандидата, които тематично съответстват на водените курсове, могат да се използват в образователния процес за повишаване на качеството на обучението на студентите.
- Гл. ас. д-р Даниела Кадийска осигурява качеството на обучение във всички свои курсове с учебни материали посредством платформата Moodle в НБУ. За всеки курс са налични презентационни материали с подробно съдържание, линкове, авторски видеа, допълнителни материали, съобразени с изискванията на НБУ. От приложената справка става ясно, че в Moodle е качен учебен материал с обем от близо 3 500 презентационни слайда, над 85 авторски видео-лекции, както и различни други авторски публикации (над 60 на брой).
- Гл. ас. д-р Даниела Кадийска е сред инициаторите и организаторите на редица образователни проекти, най-значими, сред които: „Рекламна академия“ - най-успешната за България обучителна платформа в областта на рекламата; цикъл от семинари "Менторите в НБУ"; „Онлайн рекламна академия“; ежегодни уъркшопи и майсторски класове с изявени специалисти от комуникационния бизнес. Организатор и лектор е в единствения по рода си образователен формат, разработен специално за ученици - „Рекламно междучасие“.
- Гл. ас. д-р Даниела Кадийска е ментор на студентски екипи, спечелили редица престижни награди на различни международни и национални конкурси: ежегоден международен студентски конкурс Adventure; ежегоден национален студентски конкурс VAAwards; ежегоден студентски конкурс Bulgaria Innovation Hackathon; Студентски конкурс за ключова визия към БАР и др.
- Високият авторитет на гл. ас. д-р Даниела Кадийска сред студентите е резултат не само на аудиторната ѝ дейност (справка за средна удовлетвореност на студентите от преподаваните курсове – 4.40), но и на отличните умения при ръководството на самостоятелни работи, ръководство на студентски стажове и

практики (академичен наставник в проект „Студентски практики“ I и II по ОП „Развитие на човешките ресурси“), дългогодишната ѝ работа като програмен директор на БП „Реклама“.

- Гл. ас. д-р Даниела Кадийска успешно преподава знания и опит на студентите чрез използването на съвременни обучителни методи и средства: интерактивни форми на обучение, практически казуси, дискусии, индивидуална работа със студентите, използване на резултатите от научни и научно-приложни изследвания в обучителния процес и др.

Оценявам учебно-педагогическата дейност на гл. ас. д-р Даниела Кадийска като напълно съответстваща на изискванията за заемане на академичната длъжност „доцент“ в НБУ.

IV. Административна и обществена дейност

Признание за професионалните и организационните способности на гл. ас. д-р Даниела Кадийска е избирането ѝ за член на Факултетния съвет на Магистърски факултет, на Департаментния съвет на департамент „Кино, реклама и шоубизнес“ и на Програмния съвет на департамент „Кино, реклама и шоубизнес“.

Последователно е заемала успешно следните административни длъжности в департамент „Кино, реклама и шоубизнес“:

2000 - 2004 г. - координатор на базова програма "Визуални изкуства";

2004 – 2006 г. - координатор на бакалавърска програма „Реклама“;

2006 - 2014 г. - директор на бакалавърски програми „Реклама“ и „Визуални изкуства“;

2015 - 2020 г.- програмен консултант бакалавърски програми „Реклама“.

V. Лични впечатления от кандидата

Познавам Даниела Кадийска от 2001 г., когато започнах да водя лекционен курс в бакалавърска програма „Реклама“ в НБУ. През всичките тези години за мен винаги е било удоволствие да общувам и да работя с нея - точен и изключително добронамерен и отзивчив човек. Даниела Кадийска е креативна и инициативна, организирана и отговорна в отношенията си с колеги и студенти, силно въввлечена в работата на

департамент „Кино, реклама и шоубизнес“. Даниела Кадийска е човек, милеещ за студентите си и възприемащ НБУ като кауза.

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

Въз основа на постигнатите досега резултати и отчитайки опита и изследователския потенциал на гл. ас. д-р Даниела Методиева Кадийска, считам, че в бъдещата си работа тя следва да се насочи към разработване и работа по научноизследователски проекти и към публикации в издания, включени в световнопризнати бази данни.

Заклучение

Постигнатите резултати в научноизследователската и преподавателската работа и успешните обществени изяви на гл. ас. д-р Даниела Методиева Кадийска съответстват на законовите и вътрешноинституционалните изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“ в НБУ.

Посоченото по-горе ми дава основание да предложи **гл. ас. д-р Даниела Методиева Кадийска да заеме академичната длъжност „доцент“ в професионално направление 8.4. Театрално и филмово изкуство (реклама) в НБУ.**

28.08.2024 г.

проф. д-р Галина Младенова