

## СТАНОВИЩЕ

от доц. Петя Александрова Александрова, д.н., департамент "Масови комуникации", НБУ, доктор на науките в направление 8.4 "Театрално и филмово изкуство", върху научните трудове за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност "доцент" по професионално направление 8.4. Театрално и филмово изкуство (реклама), обявен в Държавен вестник бр. 13/12.02.2019 г., с кандидат гл. ас. д-р Кристиян Шнорк Постаджиян

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

От приложената справка се вижда, че гл. ас. д-р Кристиян Постаджиян не само отговаря на минималните национални изисквания и изискванията на НБУ, но в параграфи "З" и "И" надскача необходимите точки, а в "Г", "Е" и "Ж" те са дори двойно повече. И то при положение, че тези изисквания се появиха наскоро и няма как кандидатът да е подготвен предварително за новите формати.

### **II. Изследователска (творческа) дейност и резултати:**

*Монографията "Похвати на изграждане на потребителската ангажираност в рекламата"* от 150 страници на гл. ас. д-р Кристиян Постаджиян представлява изследване, което разглежда в теоретичен и практически план потребителската ангажираност в рекламата - какво представлява тя (първа глава), какви са техниките за изграждането ѝ чрез медиите (втора глава) и какви възможности дава чрез творческите решения (трета глава).

Друга водеща тема в монографията е рекламата като комуникация и д-р Постаджиян разкрива динамиката в характеристиките на потребителя през 21 век.

Трета тема са конкретните анализи на примери от практиката, особено при техниките за изграждане на потребителска ангажираност чрез механизмите на творческия процес..

Ще се опитам да открия някои от качествата на монографичния труд "Похвати на изграждане на потребителската ангажираност в рекламата", заради които не само ми беше професионално интересно да го прочета, но бих го препоръчала и на колеги и студенти:

- добра характеристика на вестниците през призмата на техните възможности за реклама (с.46-56).

- многостранно разглеждане на продуктовото позициониране, включени са дори находчиви примери с музиката и театъра (с.79)
- богатство от варианти за обвързване на рекламата с теми, събития, личности (примерите с политическата обвързаност на Бул Инс с "Кой носи отговорност" и Делян Пеевски (с.90), със спорта - при рекламата за аржентинското кино и футбола, с.95)
- постъпателно отношение при изграждането на серийност (изчерпателност на бранда водка "Абсолют")
- прецизно отношение към събиране и обработка на данни (с.142)

Като обособен принос на монографията бих отбелязала диалектичното мислене на Кристиян Постаджиян, който не забравя, че компанията общува не само с потребителите (с.134), които са неговата тема, но също и със служители, дистрибутори, доставчици, акционери и т.н. Това му дава ключ да търси правилното дефиниране на целевата аудитория във всеки един конкретен случай.

#### ***Други публикации:***

Освен основния си монографичен труд Кристиян Постаджиян е приложил и 4 публикации в научни сборници, годишници и електронни издания, съставител е на 1 сборник с научни статии и е съавтор в три колективни монографии.

Трябва да се отбележи, че сферата на изследователските му интереси е интердисциплинарна - това често създава за автора проблем да бъде припознат от съответните научни общости, което Кристиян Постаджиян сполучливо избягва. Резултатът е налице - плодотворното научно сътрудничество с други университети и други програми.

Солидният списък на изследователска дейност показва не само трайните му интереси в областта на рекламата, но и постоянното издирване на нови подтеми, конкретни примери и оригинални посоки.

#### ***Други дейности:***

Кристиян Постаджиян е член на Апелативната комисия на Национален съвет за саморегулация (от името на НБУ) от 2013 год. Член е на няколко авторитетни журита: на рекламния фестивал Effie Bulgaria; на VAAwards – ежегодна награда, присъждана от Българската асоциация на рекламодателите за постижения в областта на маркетинговата комуникация; на Академия за иновации; на международния студентски конкурс AdVenture, организиран от European Foundation for Commercial Communications Education.

Особено важна е заслугата на д-р Постаджиян като ръководител на проект „Членство на НБУ в международната организация European Foundation for Commercial Communications Education“. В това си качество той инициира участие на студенти от НБУ в престижни конкурси, осигурява им участие в безплатни уебинари с международни фигури от света на рекламата и освен това проектът позволява обмяна на опит между университети, осигуряване на договори по Еразъм, споделяне на добри практики между академични институции, връзка с комуникационния бизнес в европейски мащаб.

И накрая, но не по значимост, ще спомена "любимото дете" на НБУ - д-р Постаджиян е основател и ръководител на образователния формат „Рекламна академия“, който се организира ежегодно от НБУ, Българската асоциация на комуникационните агенции и Българската асоциация на рекламоделите. Дейността на Академията е повече от успешна: създаване на обучителна платформа, в която университет и бизнес устойчиво си партнират, средно по 300 човека на издание (общо над 1500 човека), над 50 компании, водещи рекламоделители и рекламни агенции.

Тези дейности разкриват изследователя с мисъл за практическата реализация, който се опира на натрупаните теоретични познания и намира формите на тяхното възможно приложение не само за себе си, но и за настоящи и бъдещи професионалисти. И съвсем конкретно осигуряват над 150 стажа, практики и работни места на студенти от НБУ в рекламния бизнес.

### **III. Учебна и преподавателска дейност:**

Гл. ас. д-р Кристиян Постаджиян е изпълнил и преизпълнил норматива за преподавателска заетост. Той е създател на МП Рекламен мениджмънт и визуален брандинг, с висок прием (само първата година - 90 студенти). Разработва курсове за различни програми и департаменти, като за последните 8 години има създадени авторски над 15 курса, както и множество извънаудиторни проекти. Във връзка с програмата на НБУ и University of Sheffield, както и във връзка с курсове за Еразъм студенти д-р Постаджиян води курсове на английски език.

Средната оценка за удовлетвореност от страна на студентите на д-р Кристиян Постаджиян е 4,84 за периода 2013-2017 год. В платформата Moodle на НБУ за всеки курс има качен презентационен материал с подробно съдържание, линкове, видеа, допълнителни материали - с обем от близо 2300 презентационни слайда, структурирани и презентирани с оглед целите на курсовете.

Създател е на следните формати:

- Рекламна академия (проведени 6 издания през последните 5 години)
- Академия за онлайн реклама (проведени 5 издания през последните 5 години)
- Менторите в НБУ – проведени 3 сезона за последните 2 години

Като основно преподавателско качество бих посочила неспособността на кандидата да "застине" в преподаваната материя, а умението непрекъснато да е в крак с новите тенденции и постижения, които споделя със студентите в дух на диалогичност.

#### **IV. Административна и обществена дейност.**

От назначаването на Кристиян Постаджиян той неизменно е бил член на департаментния съвет на департамент Кино, реклама и шоубизнес, НБУ. Член е на факултетния съвет на Магистърски факултет и е избран за Директор на програмния съвет в департамент „Кино, реклама и шоубизнес“. Отделно многократно е член на изпитни комисии на дипломни тези на бакалаври и магистри. В периода 2013-2018 год. д-р Постаджиян е бил модератор и организатор на над 20 семинара в НБУ, отразени на сайта на НБУ и отчетени в годишните отчети.

Д-р Постаджиян е член на различни официални и неформални комисии, свързани с кандидат-студентските кампании на НБУ, а през 2017 год. участва в работна група за комуникационна реформа във връзка със Стратегически план 2017-2022 на НБУ.

Фактът, че кандидатът е бил на толкова административни позиции, превръща Кристиян Постаджиян в компетентен съветник по въпросите, свързани с програми, курсове и студенти.

#### **V. Лични впечатления от кандидата.**

Първите ми лични ми впечатления са за спокоен, добронамерен и усмихнат колега, всестранно оглеждащ всеки детайл администратор, който не създава паника и напрежение, а с внимание вниква във всеки казус, независимо дали е на студент или преподавател, и намира пътища да помогне

Следващите ми впечатления са от текстовете на Кристиян Постаджиян, където можех да го оценя като изследовател. При неговите статии в Годишника на департамент "Кино, реклама и шоубизнес", на който бях рецензент, се открояваше точността и пестеливостта да се фокусира върху избраната тема, а също и уважителното отношение към практическото приложение.

Ще дам и един страничен пример с негова статия. Преподавайки на студенти в МГЛУ, Москва, специалност "Реклама и връзки с обществеността", подбрах български

материали в тяхната сфера и им предложих няколко текста, сред които и "Въздействие на медийната среда върху рекламата – примери от практиката" на Кристиян Постаджиян, публикувана в Newmedia21. Студентите единодушно избраха тази статия за своя работна задача, очевидно заради ясната мисъл, точното послание, конкретиката и любопитните примери, които притежаваше. Така в кръга на шегата мога да кажа, че Кристиян Постаджиян като специалист разшири хоризонта на рекламата не само за мен, а и за представителна част от професионалната аудитория в Русия.

Всичко това, както и вече изтъкнатите достоинства на монографичния труд "Похвати на изграждане на потребителската ангажираност в рекламата" ми дават основание да изкажа мнение, че **гл. ас. д-р Кристиян Постаджиян има всички качества, за да му бъде присъдена академичната длъжност „доцент ” и аз гласувам "ЗА".**

София, 07.05.2019

С уважение:  
доц. Петя Александрова, д.н.