

*НАЦИОНАЛНА АКАДЕМИЯ ЗА ТЕАТРАЛНО И ФИЛМОВО ИЗКУСТВО  
„Кр. Сарафов“*

**СТАНОВИЩЕ**

от проф. д-р П. Господинов

за дисертационния труд

**Дигитален маркетинг и комуникации в сценичните изкуства**

на Боян Любенов Желязков

за придобиване на ОНС Доктор

в област на висшето образование 8. Изкуства,

професионално направление, 8.4. Театрално и филмово изкуство

От представените за конкурса материали, става ясно, че са изпълнени необходимите от закона изисквания, което позволява трудът да бъде разгледан по същество.

Образованието и професионалният опит на докторанта – бакалавър по икономика на човешките ресурси, магистър по мениджмънт в сценичните изкуства и към настоящия момент заместник-директор на Театър 199, предполагат възможност за задълбочено и всеобхватно изследване по отношение на маркетинга и комуникациите в сценичните изкуства. Тази възможност е безспорно реализирана в дисертационния труд на Боян Желязков.

Трудът е в размер на 345 страници, от които 209 страници основен текст (увод, седем глави, заключение), библиография (списък с цитирана и използвана литература – 276 източника), приложения (42 броя), списък на таблици (26 броя), фигури (39 броя), графики (41 броя).

В първа глава **Дигиталният маркетинг като част от маркетинг мениджмънта. Теоретични аспекти** е поставена теоретичната рамка на изследването, като са дефинирани и анализирани основните понятия.

Втората глава **Маркетингът в сценичните изкуства. Теоретични аспекти** разглежда подробно особеностите на сценичните изкуства и по специално на театралното изкуство и прави връзката между разгледаните преди това понятия като „маркетинг“, „дигитален маркетинг“ и „комуникации“.

Трета глава е фокусирана върху **емпиричното изследване на дигиталния маркетинг и комуникации**, което е реализирано с анкетно допитване до театрални организации. Представени са методите на изследване, анализ на резултатите и изводи.

В четвърта глава се извършва **оценка на използваните инструментите за дигитален маркетинг на театралните организации в България**.

Пета глава – **Емпирично изследване с анкетно допитване до аудиторията** има за цел изследване на аудиторията, за да се маркират съвпадението между аудиторията и прилаганите маркетингови дейности в областта на театралното изкуство. Анкетата е попълнена от над 200 души.

В шеста глава **Международни практики в областта на дигиталния маркетинг и комуникации в сценичните изкуства** е направено изследване на международните практики като инструмент за анализиране и разглеждане на нови методи и начини за ангажиране на аудиторията в областта на сценичните изкуства.

В последната седма глава **Теоретико-приложен модел за прилагане на дигиталния маркетинг в маркетинговата стратегия спрямо особеностите на сценичните изкуства и аудиторията** са потвърдени заложените в дисертационния труд хипотези и е разработен теоретико-приложен модел за прилагане на дигиталния маркетинг в сценичните изкуства.

Цялостното ми впечатление за труда на Боян Желязков е за самостоятелен и завършен научен труд със собствени оригинални и приносни моменти в дообогатяване на съществуващо знание в областта на театралното изкуство. Изложението е логично, задълбочено и в същото време четимо. Докторантът умело борави с инструментите на различни дигитални платформи, за да докаже и онагледи отговорите на изследователските си хипотези. Боян Желязков по неоспорим начин демонстрира способност за провеждане на самостоятелни научни проучвания и се справя успешно с трудния, сложен и многоаспектен характер на изследването, като извлича аргументирани изводи, допринасящи за постигане на високи научни и практико-приложни

резултати. Особено впечатляващи са анкетните проучвания сред наши и множество чуждестранни респонденти.

Приемам посочените от докторанта приноси моменти за уместни и валидни.

**В заключение** на гореказаното, оценявам положително дисертационния труд и препоръчвам на уважаемото жури да гласува позитивно за присъждане на ОНС Доктор на Боян Желязков.

Убедено и по съвест гласувам с ДА.

25.02.2024

Гр. София

проф. д-р П. Господинов