

РЕЦЕНЗИЯ

за участник в конкурс за академичната длъжност ДОЦЕНТ по професионално направление 7.6 „спорт“ - Специалност „Мениджмънт на спорта“, за нуждите на НСА „Васил Левски“, катедра „Мениджмънт на спорта“, обявен в Държавен вестник брой 54 от 17.07.2012 г.

Кандидат : гл.ас. Нина Атанасова, доктор

Рецензент: проф.Николай Колев, ДН

В обявения конкурс за получаване на академичната длъжност ДОЦЕНТ по професионално направление 7.6 „спорт“ - Специалност „Мениджмънт на спорта“, за нуждите на НСА „Васил Левски“, катедра „Мениджмънт на спорта“, обявен в Държавен вестник брой 54 от 17.07.2012 г., гл.ас.Нина Атанасова, доктор е единствен кандидат.Тя е родена на 04.08.1980. През 1999 год. завършва средно образование в СОУ „Васил Левски“ – спортен профил – гр. Пловдив. През периода 1999 - 2003 г. завършна Висше образование ОКС «Бакалавър» в НСА «В. Левски» - първа специалност: «Учител по физическо възпитание» и втора специалност - «Спортен мениджмънт». През периода 2003-04 година завършва ОКС «Магистър» в НСА «В.Левски», специалност «Спортна анимация в туризма». През 2005- 2006 година Нина Атанасова е редовен докторант в катедра «История и управление на спорта», сектор «Управление на спорта». В този период е и хонорируван преподавател по спортен мениджмънт в сектор «Управление на спорта». От Ноември, 2007 до сега е асистент по спортен мениджмънт в НСА „Васил Левски”.

I .Преподавателска, педагогическа, административна и обществена дейност.

От 2007 година гл.ас. Нина Иванова Атанасова е преподавател в Катедра «История и управление на спорта», в последствие преименувана на катедра «Мениджмънт на спорта».

Кандидатът за заемане на академичната длъжност „Доцент” отговаря на следните условия:

- придобил е ОНС „Доктор”;
- заема академичната длъжност „главен асистент ” в НСА „В.Левски ”;
- има публикуван монографичен труд, който не повтаря по същество представеният докторантски труд;
- Има учебно ръководство;

- Координатор на учебна дейност – магистърска програма „Спортен мениджмънт“ към НСА „Васил Левски“ – от септември 2009 – до сега.
- Наставник по проект „Office InterActors, който е разработен в рамките на проект по програма Леонардо да Винчи и награден с Европейски знак през 2007 г.,
- Участник в комисия по управление на качеството и осигуряване на комуникация с партньорските организации по проект „Предприемачески умения и компетенции в академичните спортни квалификации чрез ключови НПО в спорта.
- Участва в разработване на програма за провеждане на учебна практика в реални условия на труд за студентите, рамка за съставяне на критерии за качество и процедури за мониторинг и оценка.
- Има ръководство на дипломанти - 6 - ма успешно защитили
- Съотношението между броя на научно-изследователските и броя на подчертано методическите публикации е приблизително еднакво. Общото количество е 23 труда, като в тях не влизат трудовете до придобиване на ОНС „доктор”.

II. Научна, научно-приложна дейност и продукция.

В съответствие със закона за развитие на академичния състав и Правилника за придобиване на научни звания и заемане на академични длъжности в НСА, са представени научните трудове на кандидата, както следва: монография, учебно ръководство, Научни статии и доклади - 21 броя, от които 2 като самостоятелен автор, в 21 в съавторство, като тя е първи автор в 15 от тях и в 7 в съавторство като втори и трети автор. Ще направя една кратка ретроспекция и анализ на тях:

Монография

Маркетингови изследвания в спорта, НСА ПРЕС, С., 2012.

Основното предназначение на монографията е да въведе аудиторията в света на социалните изследвания, в чийто фокус попадат физическото възпитание и спортът – област, разгледана едновременно като академична дисциплина и като бизнес индустрия. В логическа връзка са представени стъпките при провеждане на едно маркетингово изследване в областта на физическото възпитание и спорта.

В съдържателно отношение покрива следните ключови тематични области: значението на спортния маркетинг и обосноваване необходимостта от маркетингова информация за спортните организации; направления в информационното осигуряване на производствените структури в спорта; същност и класификация на маркетинговите изследвания; обхват на маркетинговата информационна система в спорта; структура на изследователския процес и програма на маркетингово изследване. В

монографията се изяснява и спецификата на методите за директни маркетингови изследвания в спорта с реални примери от практиката.

Учебно ръководство

Маркетинг на спортната активност в образователната система, НСА ПРЕС, С., 2012.

В учебното ръководство в подходяща логическа последователност се обобщават и отразяват съвременните аспекти в областта на маркетинговата дейност в образователната система. То е базирано на приложението на маркетинговата концепция в управлението на образователни институции, изискващи цялостна ориентация към потребностите и желанията на потребителите.

В първата част са разгледани функциите на спорта в съвременното общество, обоснована е необходимостта от разглеждане на две взаимосвързани функционални направления в системата на физическо възпитание и спорт в училищата – в редовния и извън редовния учебен процес, направена е характеристика на подсистемата на ученическия спорт от гледна точка на нормативно-програмната база и проблемите, които засягат спортните занимания в двете направления. Специално внимание се обръща на маркетинга като подход за изучаване и усъвършенстване управлението на спортната активност на учениците.

Във втората част на учебното ръководство са представени резултати от проведени изследвания, насочени към основни маркетингови категории – интереси, потребности и отношения на различните целеви групи лица. Предложени са модели за управление спортната активност на учениците в три направления – структурно-функционални отношения в системата „училищен спортен клуб“, взаимоотношения и нива на управление в общинска администрация – направление "спорт" и модел за координация при реализиране на училищна програма.

Други публикации

Кандидатът в конкурса има научни статии и публикации – общо 21 на брой. Тяхното съдържание мога да разпределя в няколко основни групи :

Първа група : Маркетингът в управление на процеса по физическо възпитание и спорт в и извън редовния учебен процес в българското училище / публикации под номера 2, 10, 12, 13,16 в приложените документи по конкурса /

В тази група публикации мога да подчертая основните моменти и приноси на автора им:

- Направен е целенасочен анализ на маркетинговите субекти в подсистемата на ученическия спорт – производствени структури и потребители. Предложен е модел за поведение на потребителите в системата на ученическия спорт при покупката на спортен продукт

(услуга). Разработен е полезен за маркетинговата практика таксономичен модел на производствените структури.

- Извършена е оригинална класификация на спортните занимания на учениците под формата на спортни услуги и е направена маркетингова характеристика на потребностите, които те удовлетворяват.
- Разработени са структурно-функционални модели, насочени към усъвършенстване управлението на различни компоненти в извънкласната и извънучилищна спортна активност на учениците.
- Извършен е целенасочен анализ, върху основата на който са разкрити слабости и възможности за развитие в маркетинговата нагласа и адаптираност на училищата към социалните и пазарните изисквания при реализиране на спортната дейност на учениците.
- Обосновани са практически дейности, адресирани към основните субекти – държавни органи, местни власти, училищни ръководства, спортни клубове – участващи в управлението на спортната активност на учениците.
- Обосновано е приложението на маркетинга като методологичен подход за изследване състоянието и динамиката на спортните потребности на учениците в условията на променящата се социалната и пазарна среда в Република България. Върху тази основа е идентифицирана сложната и многопосочна структура на тяхната спортна активност и са разкрити резерви за усъвършенстване на управлението ѝ в двете основни функционални направления – физическо възпитание и спорт в и извън редовния учебен процес.
- Извършени са експериментални проучвания с изучаването на лекционен спортно-образователен курс в процеса по «Физическо възпитание» в средните училища. Резултатите от тях категорично доказват необходимостта от въвеждането на теоретични уроци в процеса на обучение по физическо възпитание и спорт в образователната система в България.

**Втора група: Приложни аспекти на мениджмънта на проекти /
публикации под номера 4, 17, 20, 21, 22 в приложените
документи по конкурса /**

В тази група с определено практическа насоченост мога да акцентирам върху следните приноси моменти:

- Извършени са теоретични и научно-приложни изследвания, свързани с реализацията на проекти в областта на бизнеса и управлението. Проучени и анализирани са различни обучителни техники при повишаване на езиковите компетенции. Диференцирани и характеризирани са етапите в управление на проекти – разработване, мониторинг, реализация по оперативни програми на Европейския съюз. Обосновани са критериите за оценка.
- Разкрити и анализирани са мотивите за изграждане на съоръжение за биатлон и стрелба на територията на град Троян. Приведени са

предпроектни проучвания, които определят степента на инвестиционен риск при изграждане на спортния комплекс.

- Направен е анализ на инвестиционната програма „HatTrick”, разработена и приета от УЕФА в областта на повишаване на професионални компетентности на ангажираните лица в областта на футбола, подобряване на материално-техническото осигуряване на спортни съоръжения.

Трета група: Мениджмънт на спортни организации и спортни състезания / публикации под номера 9, 11, 19, 23 в приложените документи по конкурса /

В тези публикации е извършено научно-обосновано маркетингово проучване, свързано с реализацията на основни продукти от страна на Българска асоциация спорт за всички. Анализирани са отношението на реалните потребители към активни занимания за здраве и физическо развитие. Предложен е адаптиран за спортната практика модел за организиране на турнири от формата на „Шампионска лига“ за жени. Изяснена е технологията, етапите и изискванията при провеждането на футболни срещи. Систематизирани са основните функции на лица, ангажирани в реализацията на спортни събития от международен ранг. Детайлно анализирани са важните организационни условия, които трябва да бъдат осигурени при провеждане на футболни срещи. Проучен и задълбочено анализиран е опитът на професионален футболен клуб при домакинства от турнира „Лига Европа“.

Основни приноси в тях са :

- научно обосноваване на механизмите за осъществяване на ефективна маркетингова комуникация от страна на спортните клубове и организации;
- Предложен е модел на промоционна стратегия при реализацията на спортни събития от международен ранг;

Четвърта група: Методология и технология на маркетинговите изследвания в спорта / публикации под номера 5, 10, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23 в приложените документи по конкурса /

Основните приноси моменти в тези публикации са :

- Изградена е теоретична рамка за същността и значението на маркетинговите изследвания в спорта, изведени са основните цели, които те преследват, проучени и анализирани са различни класификационни модели;
- Разработен е модел на маркетингова информационна система в областта на спорта, разкрити са основните различия от информационната система в стопанската сфера;
- Създаден е алгоритъм за провеждане на маркетингови изследвания в спорта върху основата на проучени и анализирани модели. Анализирани са детайлно практическите дейности към всеки един от етапите;

- Разкрито е многообразието на научноизследователските методи за провеждане на маркетингови изследвания в спорта. Идентифицирани и характеризирани са основните типове данни – първични и вторични;
- Разработен е проблемът за приложението на дескриптивните методи в различни социални сфери на приложение на спорта и е предложена технология за провеждане на анкетни проучвания и интервюта. Чрез използването на методите са проведени научно-практически изследвания в областта на физическото възпитание и спорта;
- Определен е обхватът на качествените методи в областта на спорта. Разкрити са отличителните характеристики между тях и изследвания с количествена насоченост. Извършен е детайлен анализ на етапите при провеждане на по-популярните методи – дискусия във фокус група, SWOT-анализ и Case study. Извършени са научно-приложни изследвания с използването на някои качествени методи;
- Разработен е въпросът за експерименталните техники, приложими в спортната маркетингова практика. Характеризирани са основните понятия, използвани при експериментите. Предложени са практически примери, обясняващи съответните техники;

III. Признание на научната общност и обществен резонанс и отзвук

Въпреки своята не дълга научна кариера колежката гл.ас. Нина Атанасова е вече уважаван специалист в своята област. Тя е цитирана от свои колеги при разработка на техни научни изследвания общо 14 пъти. Има направена атестация с отлична оценка.

Тя е научен ръководител на много дипломанти от ОКС „Бакалавър” и ОКС „Магистър”. Има написани много рецензии, отзиви, мнения на студенти и проекти от специалност „МС”

Оценка на научно-преподавателското звено: процедурата по обявяването на конкурса е спазена и отговаря напълно на Закона за академичното развитие на кадрите и Наредбата приета от НСА „В.Левски”.

Рецензетът и кандидатът участник в конкурса нямат съвместни публикации или участие в проекти.

Заклучение

В заключение заявявам, че познавам добре гл.ас. Нина Атанасова. Изключително скромен, трудолюбив и коректен млад човек и колега. С убеденост мога да подчертая, че нейният труд и личност са добра реклама за преподавателския състав на Национална Спортна Академия "Васил Левски".

Крайната ми обобщена оценка, която предлагам на членовете на научно жури е „ПОЛОЖИТЕЛНА. Гласувам убедено и категорично с „ДА” за присъждане на научното звание „ДОЦЕНТ ” на гл.ас.Нина Иванова Атанасова, доктор, **по професионално направление 7.6 „спорт“** , за нуждите на НСА „Васил Левски”, катедра „Мениджмънт на спорта”
София

19/12/2012 г.

Рецензент :

/ проф.Н.Колев,дн/