

СТАНОВИЩЕ

На доц. д-р Димитър Иванов Добревски – НХА

относно обявения от Национална художествена академия конкурс за „професор“ в област на висше образование: 8. Изкуства, професионално направление: 8.2. Изобразително изкуство (Рекламен дизайн), катедра „Рекламен дизайн“, обявен в Държавен вестник бр. 15/19.02.2021 г.

Данни за конкурса: Настоящото становище е изготвено въз основа на документи, постъпили по конкурс за заемане на академичната длъжност „професор“ в професионално направление 8.2 Изобразително изкуство (Рекламен дизайн), обявен от Национална художествена академия в ДВ бр. 15/19.02.2021 г. и на интернет страницата на университета за нуждите на катедра „Рекламен дизайн“ към ПФ на НХА. Със заповед на Ректора на № 0103 – О/30.04.2021 г. е назначено Научно жури. На първото заседание на журито, състояло се на 05.07.2021 г. са избрани рецензенти. Конкурсът е обявен и се провежда при стриктно спазване на Правилника за условия и ред на заемане на академични длъжности в Национална художествена академия.

Доц. д-р Татяна Никифорова Стоичкова е единствен кандидат в обявения конкурс за „професор“ в област на висше образование: 8. Изкуства, професионално направление: 8.2. Изобразително изкуство (Рекламен дизайн). Представени са всички необходими документи за участие в конкурса в съответствие с държавните нормативни изисквания и Правилника за развитие на академичния състав на Национална художествена академия. С цялото си професионално развитие досега Татяна Стоичкова се очертава като талантлив и креативен автор, изследовател и експериментатор с професионален авторски изказ.

Данни за кандидата: Кандидатът доцент д-р Татяна Стоичкова е творец и преподавател по „Реклама“, „Маркетинг“ в катедра „Рекламен дизайн“ и „Арт мениджмънт“ на магистри в поток от специалности на Приложен факултет в Национална художествена академия, с дългогодишна творческа и преподавателска дейност.

Завършва «Университет Хумболд» в Берлин – Германия, специалност «Културология и естетика» (1978). Получава докторска степен, кандидат на науките в София, ВАК, (диплома № 21310 от 16.07.1991). Специализира «Културна политика и мениджмънт» в Централен университет, Будапеща. Доцент е по «Реклама» в катедра „ Рекламен дизайн“, ПФ на Национална художествена академия. Участва в редица (16) научни конференции и семинари. Публикува материали в областта на рекламата и арт-мениджмънта. Участва активно като организатор в редица национални и международни проекти (9).

Авторитетни нейни публикации са 3 монографии и 25 статии:

1. Стоичкова, Т. 2020 – монография Маркетингови и рекламни стратегии в изкуствата, София ISBN 978-954-2988-54-0
2. Стоичкова, Т. 2021 – монография - реклама & изкуство Университетско издателство, „Паисий Хилендарски“, Пловдив. ISBN 978-619-202-668-4
3. Стоичкова, Т. 2021- монография Пресечни точки Университетско издателство, „Паисий Хилендарски“, Пловдив. (под печат) ISBN .. 978-619-202-668-7
4. Стоичкова, Т. 2021 – Образи – реклама и изкуство. ИЗКУСТВО И

КРИТИКА, бр.2 , 2021, ISSN 1313-7859

Национална художествена академия (под печат)

5. Стоичкова, Т. 2021 - Поглед към характеристиките на мрежите в изкуствата, *Nota Bene*, 50 (20). <http://notabene-bg.org/read.php?id=1066>, ISSN 1313-7859

6. Стоичкова, Т. 2020 - Similar Links Between Advertising, Pop, and the Arts, в: *Postmodernism*, Vol 10 No 2 (2020): *Postmodernism Problems* , <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/231> , E-ISSN 1314-3700

7. Стоичкова, Т. 2018 – Имидж и бранд на Пловдив 2019, в: сб.: *Управленски и маркетингови проблеми в изкуството*, АМТИИ, Пловдив, II/2017, стр. 39- 48, ISSN 2603-462X

8. Стоичкова, Т. 2018 – Политически комуникации или как се брендира българското европредседателство през 2018 година, в: сб.: *Дизайн и приложни изкуства*, Национална художествена академия, София, стр. 67- 76 , ISBN 978-954-2988-47-2

9. Стоичкова, Т. 2016 - По какъв начин глобализацията оказва влияние върху арторганизациите – примери от Европа, в: сб.: *Управленски и маркетингови проблеми в изкуството*, АМТИИ, Пловдив, I/2017, стр. с.170-177, ISBN 978-954-2963-20-2

10. Стоичкова, Т. 2015 - Необходимост от изграждане на марка в музея, в сб.: *Мениджмънт и маркетинг в изкуствата*. Университетско издателство „Паисий Хилендарски”, Пловдив, стр. с.99-109, ISBN 978-619-202-131-3

11. Стоичкова, Т. 2015 - Културно планиране и програмиране като мениджърска задача, в сб. *Управленски и маркетингови проблеми на арторганизации*. Университетско издателство „Паисий Хилендарски”, Пловдив

12. Стоичкова, Т. 2016 - Необходимост от изграждане на марка в музея, в сб. *Управленски и маркетингови проблеми в изкуството*, Университетско издателство „Паисий Хилендарски“, Пловдив

13. Стоичкова, Т. 2015 - Културно планиране и програмиране като мениджърска задача, в сб. *Управленски и маркетингови проблеми в изкуството*, Университетско издателство „Паисий Хилендарски“, Пловдив

14. Стоичкова, Т. 2014 - PR в изкуствата като функция на управлението в сб. „Арт мениджмънт”, АМТИИ, Университетско издателство „Паисий Хилендарски”, учебник

15. Стоичкова, Т. 2014 - Творчество и мениджмънт, в: „*Управленски и маркетингови проблеми на арторганизации*”, Университетско издателство „Паисий Хилендарски”, Пловдив.

16. Стоичкова, Т. 2013 – PR комуникации в музеите, в сб. *Проблеми и перспективи пред съвременния дизайн и декоративно приложните изкуства*, Национална художествена академия , София.

17. Стоичкова, Т. 2011 - Транснационални измерения в политиката на Европейския съюз – в: *Границите на културологията*, Университетско издателство, Благоевград.

18. Стоичкова, Т. 2010 - *Literary Market, Networks and Some Characteristics of Literary Prizes, Markets as Networks*, Sofia 2010, St. Kliment Ohridski University

19. Стоичкова, Т. 2010 – Audience Development in Contemporary Museums, United in Diversity. Cultural Policy and its Dimensions, Ludwigsburg 2011.
20. Стоичкова, Т. 2009-2010 - Audience development. Zu einem Paradigmenwechsel in der Kulturpolitik, OstWestKolleg Görlitz/Zgorzelec/Zhořelec Jg. Xiii (2009/10), Beitrag 5 , Hrsg.: Matthias Teodor Vogt, Hochschule Zittau/Görlitz | Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen
http://kultur.org/owk_xii_5_stoitchkova_audience_development_100603.pdf
21. Стоичкова, Т. 2009 - Стратегии за развитие на публиките, диск учебно помагало, Благоевград
22. Стоичкова, Т. 2008 - Университетът – поемане по стратегически пътища В: Годишник “Наука, култура, образование , Университетско издание, Благоевград.
23. Стоичкова, Т. 2008 - Използването на интерактивни методи в областта на образованието – някои примери -
<http://interactive.swu.bg>
24. Стоичкова, Т. 2008 - “Kultur und urbane Identitaet”, Institut fuer kulturelle Infrastruktur, Goerlitz – <http://kultur.org/media>
25. Стоичкова, Т. 2007 - Културни политики – социални и образователни аспект. В: Годишник “Европа като културно пространство», Университетско издание, Благоевград,
26. Стоичкова, Т. 2007 - ”The Bologna process – Experiences in the quality assurance and reforms of study programs (cultural management education in Bulgaria - cultural management education – South West University, Blagoevgrad, Bulgaria)”
27. Стоичкова, Т. 2006 - Предизвикателствата в културното финансиране и особености на художествената оценка, в Сб.: “Присъединяването на България към Европейския съюз – предизвикателства, проблеми, перспективи”, Пловдив.
28. Стоичкова, Т. 2004 - Регион, регионална култура, регионална културна политика . в: сборник Изкуство, култура, съвременност, европейски аспекти, т. II, Университетско издателство, Благоевград.

Описание на художественотворческите изяви: Доц. д-р Татяна Стоичкова участва в обявения конкурс за „професор“ с основополагащ хабилитационен труд на тема: „Маркетингови и рекламни стратегии в изкуствата”.

Интересите на доцент Стоичкова в областта на рекламния дизайн се развиват в две посоки. Едната се характеризира с творческия процес при създаването на нови реклами. Другата се определя от интердисциплинарния подход в работата на културолога и стои на границата между науката и изкуството. Доцент Татяна Стоичкова е не само добър теоретик, доказал своите познания в редица авторитетни публикации, но демонстрира и своите практически умения като преподавател, работещ с бъдещите дизайнери в областта на рекламата.

Научни приноси:

1. Коментираният изследователски проблем е поставен в контекста на конкретната среда – арт сектор и арторганизации. Изработени са понятия за програмиране, творчески продукт и продуктна политика, развитие на публиката, комуникационна стратегия и популяризиране.
2. Анализирана е ролята на публиката от гледна точка на маркетинга.

Знанието за спецификата и динамиката на естетическите и културните потребности, които подлежат на удовлетворяване, представлява отправна точка на всяко едно маркетингово проучване. Изведено е разбирането относно поведението, предпочитанията и съответните оценки към творбата и художественото преживяване, които се влияят от множество взаимозависими, външни и вътрешни, фактори - потребностите като естетическо преживяване, образование, информация, социален контакт, развлечение и разтоварване.

3. Анализирани са процесите в областта на творческата политика, творческия продукт, планирането и програмирането. Очертана е спецификата на творческата политика и програмирането с цел да се отговори както на установени естетически цели и критерии, така и на актуални обществени потребности. Подчертава се тази особеност при планирането на програма, от гледна точка на маркетинга, когато под внимание се вземат маркетингови проучвания и интересите, потребностите и ползите за публиката.

4. Изработеният и приложен модел на комуникационна политика отчита особеностите на изкуствата и конкретно на арторганизацията. Комуникационна политика е водеща линия в маркетинга и е достижима чрез синхронизиране с мисията и основните цели на една арторганизация, с оглед на случващото се в обкръжението, на тенденциите и постиженията в съответното изкуство и търсенето от страна на публиката.

Наукометрични показатели:

По показател А – 50 т.

показател В – 100 т.

показател Г – 200 т.

показател Д - 80 т.

показател Е – 160 т.

Показателите напълно отговарят на изискванията на НАЦИД за заемане на академичната длъжност «професор».

Заключение: Смятам, че художествено-творческите, научните и практически приноси на доц. д-р Татяна Стоичкова, учебната дейност и академичната и ангажираност във всички дейности на ВТУ я представят като отговорен преподавател и активен творец, заслужаващ длъжността „професор“ на Национална художествена академия.

В съответствие с всичко изложено дотук, давам своята положителна оценка и препоръчвам на уважаемото Научно жури, както и на АС на НХА, да избере доц. д-р Татяна Никифорова Стоичкова за заемане на длъжността „професор“ в област на висше образование 8. Изкуства, професионално направление 8.2. Изобразително изкуство (Рекламен дизайн).

Член на научно жури:

доц. д-р Димитър Добревски

/ /

08. август 2021 г.

София