

## СТАНОВИЩЕ

от

**проф. д-р Мария Стоянова Бочева-Блажева – ТК “Любен Гройс“**

Относно участие в конкурс за заемане на академична длъжност „професор“ в област на висшето образование 8. Изкуства, професионално направление по 8.4 Театрално и филмово изкуство, научна специалност „Персонален брандинг на актьора“, обявен в ДВ, бр.54/25.06.2024 г., с единствен кандидат в конкурса доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев

### **I. Оценка за съответствие с минималните национални изисквания и изискванията на ТК “Любен Гройс“.**

Обявеният конкурс за заемане на академична длъжност „професор“ по професионално направление 8.4. Театрално и филмово изкуство е съобразен с установения законов ред за нуждите на ТК “Любен Гройс“. Доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев е единствен кандидат в конкурса. Представената документация от кандидата в него е в пълен вид. Доказателственият материал е впечатляващ с обема и качеството на посочените публикационни материали, творчески проекти и дейности. Те отговарят на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България и Правилника за приложение на Закона за развитие на академичния състав в Република България. Кандидатът отговаря и на изисквания на ТК “Любен Гройс“, съгласно Наредбата за развитие на академичния състав в ТК “Любен Гройс“. Предложената документация съдържа необходимите авторски справки, удостоверения, доказателствени копия от договори, както и задължителната справка за изпълнение на минималните национални изисквания за академичната длъжност „професор“ в професионално направление 8.4. Театрално и филмово изкуство, таблица която е попълнена коректно и свидетелства за постигнато ниво за участие в конкурса.

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

**Кандидатът представя за хабилитационен труд за заемане на академични длъжности в конкурса следните материали:**

**- Монография**

**„Персонален брандинг на актьора“:** състояща се от три части, разработени от автора в различни тематични глави ( Модерният Бранд Мениджмънт – *първа глава*....., Персонален Брандинг – *втора глава*....., Персоналният Бранд на актьора – *трета глава*..... . Той проследява развитието на съвременния брандинг, основните видове и форми, технологии и методики от личната експерименталната практика и на тази база изследва, аргументира и предлага подходи за оптимизиране на персоналния бранд на актьора).

**- Справка за участие в колективни монографии, учебни помагала:**

- **Серезлиев, Ст.** и Мавродиева, Ив., Кардашевска, В., Петков, Г. и др. (2021). В “Реторика и комуникации през 21. Век: теории, методи, практики“, изд. Институт по реторика и комуникации, София, с.27/42 ISBN 978-619-91989-3-3 (pdf), 313 стр., с. 27-42
- **2. Серезлиев, Ст.** и Мавродиева, Ив., Тишева, Йовка, Петков, Г., Симионов, Т., Преподаване на реторика – онлайн ресурси(2022), изд. Институт по реторика и комуникации, София, Серия „Реторика и комуникации“, ISBN 978-619-91989-4-0. COBISS.BG-ID – 53169672.
- **3. Серезлиев, Ст.** и Мавродиева, Ив., Тишева, Йовка, Петков, Г., Касабова , Игл., Симионов, Т.– Онлайн курс (2021), изд. Институт по реторика и комуникации, София, 168 с.
- **4. Серезлиев, Ст.** и Мавродиева, Ив., Василев, С. Симеонов, Т., Петков, Г., Касабова , Игл., Андонова, Д., Комуникационни и презентационни умения в международна среда – София, изд. Дипломат. Институт (2021), 183 с., ISBN 978-619-7200-24-9.

**- Справка за статии:**

- **Серезлиев, Ст.,** (2019), Съвременният ПР : комуникационни перспективи и предизвикателства в контекста на ИМК, брандинга и новите комуникации В:Медии и комуникации на 21. век. Велико Търново: Университетско издателство “Св. Кирил и Методий“ 2019, N3,22/27 с. ISBN :2603-3089 (Print)-CEOOL.
- **2. Серезлиев, Ст.,** (2018), Емоционалният брандинг в лабиринта на постистината. В:Медии и комуникации на 21. век. Велико Търново: Университетско издателство “Св. Кирил и Методий“ 2018, N2,17/23 с. ISBN :2603-3081 (Online), ISBN :2603-3089 (Print), CEOOL.
- **3. Серезлиев, Ст.,** (2017), Политическият бранд: криза на бранд наративността. В:Медии и комуникации на 21. век. Велико Търново: Университетско издателство“

Св. Кирил и Методий“ 2017, N 1, с. 12/19 ISBN :2603-3081 (Online), ISBN :2603-3089 (Print), CEOOL.

- **4. Серезлиев, Ст.,** Брандинг във време на пандемията COVID-19: между адаптацията и новите перспективи в Медии и комуникации на 21. Век том 4, кн.1, 2020, pp 70-81, Велико Търново: Университетско издателство “Св. Кирил и Методий“ ISBN :2603-3089.

**- Справка за проекти:**

Доц. д-р Серезлиев е автор на редица проекти в България и чужбина:

- Авторски проект за социален брандинг, „Равенството значи повече“, 2018/19 г., към проект“ Национална информационна кампания за интегриране на хора с увреждания на пазара на труда“
- Авторска самостоятелно творческа разработка и стратегическа концепция за културен брандинг “Разработване на Наръчник за брандиране и стратегическо позициониране на туристически пакети, основани на изкуствените рифове“.
- Разработен самостоятелен проект в областта на творческия мениджмънт при създаване, реализация и оптимизация на творческите проекти в областта на сценичните и визуални изкуства; бранд мениджмънта, дизайна, медиите, интегрираните маркетингови комуникации.

**- Справка за изпълнение на минимални национални изисквания за заемане на академични длъжности в Р. България.**

Посочените публикации, статии и проекти в хабилитационния труд са реализирани след придобиването на академична длъжност „доцент“ и научна степен „доктор“ от кандидата. По своята тематична насоченост и научна дейност покриват научната област и специалността на обявения конкурс. Тематиката на хабилитационния труд е фокусирана към конкретни въпроси от персоналният брандинг на актьора. Преоткриването на нови възможности в реализацията на актьора е част от начина на неговата академична подготовка. Изграждането на силна идентичност на бранда е свързано с ценностите и е необходимо те да носят уникални послания, за да се превърнат в константна сила в културните интереси на потребителите. Динамиката в културното поле налага все повече търсения в креативните възможности на актьора, които не са

акцентирани само и единствено върху сценичните изяви или тези на снимачната площадка. Творческата метаморфоза днес създава на артиста предпоставки за реализация в ТВ риалити, медийни формати, продуцентски бизнес проекти и др. Изследването проследява и анализира разкриването на нови концептуални интер- и мултидисциплинарни решения, които отварят и разширяват хоризонта на твореца, неговата идентичност, персоналност като не лимитират единствено и само сцената за творческа реализация. В справката си за приносния характер на творческата си дейност, приложена като хабилизационен труд на основание чл.1, чл.1 от Закона за развитие на академичния състав в Република България, доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев посочва участието си в редица колективни монографии, учебни помагала, акцентира върху четири колективни участия, статии публикувани в научни издания в реферирани и индексирани в световноизвестни база данни за научна информация, както и множество проекти в страната и чужбина.

### **1. Оценка на хабилизационния труд**

От представените материали като хабилизационен труд доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев отличава работата си върху: **Монография – „Персонален брандинг на актьора“**. В монографията е направена класификация на съвременният бранд мениджмънт, проектнознаковата и символна метаморфоза в стереотипните образи на актьора и визуално-експресивните модели на творческа комуникация в съвременната реализация на актьорската професия. Разгледани са връзките от бранд мениджмънта към творческия процес в две посоки..... *„...в оста проблем – решение и обратно: различните концептуални полета на отделните комуникационни феномени да се интерпретират и нови концептуални връзки между творческите подходи и платформи към оптимизиране на различните ключови области в бранд мениджмънта. ....“*

Целта на изследването е формулирана ясно и конкретно, както и направеният обстоен преглед в развитието на брандинга. Обектът, предметът и основната теза на изследването са дефинирани коректно в увода. Основната цел и подцели са формулирани точно и ясно. Изпълнението им е добре отчетено в заключението. Цялото изложение и конкретно направения преглед на научната литература показват добро познаване на съвременното състояние на теорията и практиката на проучвания проблем. Прегледана е необходима и достатъчна научна литература, която е в съответствие с изследователските цели и модерните изследвания на проблема. Ясно се откроява авторовото становище и критично

научно мислене. Използва се богат понятиен апарат. От свободното боравене с терминологията проличава висотата в научния стил на автора. С коректност е обработена, анализирана, обобщена и оценена голям обем информация. Систематизирани са актуалните методи и инструменти за успешна стратегия за брандинга в творческото развитие и пространство на актьора. Изследването има за цел да се открият, анализират и въведат в професионалната практика очакваните и необходими творчески алгоритми и мениджърски механизми в професионалната реализация на актьорската професия. Следва да отбележа, че в резултат на работата по темата, поставената цел и задачи са изпълнени.

## **2. Оценка на приносите в останалите приложени публикации**

Научната продукция на доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев се разглежда в следните раздели: **колективни монографии, учебни помагала и статии** – публикувани в научни реферирани издания и индексирани в световноизвестни база данни с научна информация, участия в конференции, симпозиуми, научни журита, семинари, кръгли маси, в България и чужбина. Проучва съвременните тенденции в брандинга, свързани с културата, социалната среда и др., като разглежда спецификите на културните политики, извършва анализ и оценка на резултатите и коментира основни насоки за бъдещо развитие на тези политики. Научните публикации се отличават с личен подход и креативност от страна на автора. Разгледаните теми са резултат от последователните търсения на доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев, всяка от които изяснява същността на заложените в тематиката задачи, процес на дейност и ги представя в светлината на приложните изследвания относно бранда, мениджмънта и комуникациите свързани с идентичност за културни събития и персоналният бранд на актьора и др.

## **3. Оценка на резултатите от участие в изследователски и творчески проекти:**

Впечатляват приложените данни за участието на доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев в международни, национални и вътрешни проекти както и в качеството на автор на научни текстове, така и като ръководител на редица от форумите. Важни за отбелязване са успешните авторски проекти сред които са:

- Авторски проект за социален брандинг с реализация на български актьори и хора на изкуството – кампания „Равенство значи повече“ към проект „Национална

информационна кампания за интегриране на хора с увреждания на пазара на труда“, от 2018/19 г.

- Авторска самостоятелно творческа разработка и стратегическа концепция за културен брандинг „Разработване на Наръчник за брандиране и стратегическо позициониране на туристически пакети, основани на изкуствените рифове“ (Branding Guidelines for tourism packages based on artificial reefs).
- Разработен самостоятелен проект в областта на творческия мениджмънт при създаване, реализация и оптимизация на творчески проекти в областта на сценичните и визуални изкуства: бранд мениджмънта, дизайна, медиите, интегрираните маркетингови комуникации.
- Международен конкурс за визуален брандинг на международен средиземноморски културен фестивал „Пролетта на изкуствата“ в гр. Керуан (Р. Тунис). Доц. д-р Серезлиев е награден на фестивала с (Първа награда).

Кандидатът притежава доказани познания в управление на научни и образователни проекти.

#### **4. Научните и научно-приложни приноси са:**

- Разкриване на нови концептуални интер - и мултидисциплинарни решения.
- Разширяване професионалната реализация на актьора чрез персоналният му бранд
- Последователното изследване в ключови теми в проблематиката, като една от основните цели е практически да се прилагат отделните алгоритми от бранд мениджмънта при различни активности на актьора и перспективи в бъдещото му кариерно развитие.
- „Персоналният бранд на актьора“ е първото задълбочено научно изследване в тази насока, особено при изследване на възможности за прилагане на професионални подходи и методи от бранд мениджмънта в мениджмънта на творческия процес при работа с актьори, сценаристи, продуценти, фотографи и др.

### **III. Цитиране от други автори**

Доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев е представил списък и рецензии с цитирания, който отговаря на националните изисквания.

#### **IV. Учебна и преподавателска дейност**

- *Участие в колективни органи на управление на ТК “Любен Гройс“.*

Доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев заема позицията **РЕКТОР** на ТК “Любен Гройс от 2020 г.

*Ръководи и разработва Бакалавърски и Магистърски програми по брандинг, творчески процес и комуникации. Академичната дейност на кандидата е също така богата и адекватна по своя характер.*

Доц. в Катедра „Журналистика и връзки с обществеността“ – Великотърновски университет „Св. Св. Кирил и Методи“ от 2015 г.

Лектор в Департамент „Кино и реклама“ – Нов Български университет от 1993 г.

Лектор в Бакалавърска и Магистърска програми – „Факултета по журналистика и масови комуникации към Софийски университет „Св. Климент Охридски“.

Магистърски програми – Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“.

Гост-преподавател УНСС - майсторски клас по ПР.

Лектор в Института по изкуства в гр. Сус, Република Тунис (2002-2006). Награда за принос във висшето образование.

Той е комуникативен, работи в екип с колегите си както и в преподавателска си дейност работи успешно със студентите.

*Членува в над 20 дружества, асоциации, съюзи, неправителствени организации НПО и др.*

- *Работа с Еразъм-студенти.*

Кандидатът участва в програма ЕРАЗЪМ+ (Испания, Франция)

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

Доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев е отговорен, задълбочен, трудолюбив, прецизен и всеотдаен в работата си. Ползва се с авторитет в научните среди. Представените материали за хабилитационен труд в конкурса отразяват широкия кръг от научни,

