



ПРОГРАМА
на пета юбилейна научна конференция
"Ремаркетинг на реалността"

17 юни 2022 г.

08:30 – 09:00	Регистрация на участниците	
09:00 – 09:30	Церемония по откриване и поздравителни адреси по случай 25-та годишнина от създаването на катедра „Маркетинг“	Зала 1
09:30 – 10:30	Пленарна сесия Линк за онлайн участие: https://meet.google.com/jcc-uuiip-pzx Модератор: доц. д-р Владимир Жечев	Зала 1
	Първи пленарен доклад: проф. д-р Евгени Станимиров - Ректор на ИУ – Варна ➤ <i>Редизайн на бизнес модела на компаниите</i>	
	Втори пленарен доклад: проф. д. н. Симеон Желев - Декан на Факултет "Управление и администрация" - УНСС, София ➤ <i>Относно двете парадигми в маркетинга: парадигма на изключителността и парадигма на достатъчността</i>	
	Трети пленарен доклад: доц. д-р Иван Марчевски - Ръководител катедра "Маркетинг" - СА "Д. А. Ценов", Свищов ➤ <i>Съвременният маркетинг - поглед "навътре"</i>	
10:30 – 11:00	Пленарна сесия – дискуссионен панел	
11:00 – 11:15	Кафе пауза	
11:15 – 13:00	Обсъждания и дискусии по секции	
13:00 – 14:00	Обяд	
14:00 – 16:00	Обсъждания и дискусии по секции	
16:00 – 16:15	Кафе пауза	
16:15 – 18:00	Обсъждания и дискусии по секции	
19:00	Коктейл в ресторант "Морско казино"	

18 юни 2022 г.

09:30	Среща в двора на университета – колективно сутрешно кафе	
10:00 – 10:45	Кафе в Стария чинар VIP зала, 2 етаж	
11:00 – 13:00	Посещение в Регионален Исторически Музей Най-старото злато в света	

Заседания по секции 17 юни 2022 г.

Секция първа: Ремаркетинг в B2B, B2C и B2G пазари

Зала 220

Линк за онлайн участие: <https://meet.google.com/dbk-mebz-azf>

Модератори: доц. д-р Пенка Горанова / доц. д-р Атанас Луизов

секретар: докт. Божидар Панайотов / ас. Пламен Янков

11:15 - 13:00				
1	Маркетингът като лидерство в знанието	гл. ас. д-р Димитър Трендафилов	НБУ	офлайн
2	Ретаргетиране на екологично ориентирани потребители чрез инкрементално моделиране	доц. д-р Тодор Кръстевич	СА“Д. А. Ценов“	онлайн
3	Реорганизация на формите за приложение на директния маркетинг	доц. д-р Пенка Горанова	СА“Д. А. Ценов“	офлайн
4	Активиране на продажбите на бранда? Или изграждане на дългосрочна стойност?	проф. д-р Галина Младенова	УНСС	онлайн
5	Поведенческата икономика и приложението ѝ в маркетинговите комуникации	доц. д-р Атанас Луизов	БСУ	офлайн
6	Стратегии за дигитален маркетинг при "B2B" електронна търговия	гл. ас. д-р Мирослава Бонева Милен Янкулов	РУ "А. Кънчев" „Онтотекст“ АД	онлайн
7	Дигиталният маркетинг в школите за танцово изкуство – първоначална оценка	ас. Христина Георгиева	ИУ – Варна	офлайн
8	Дигиталният маркетинг - успешен инструмент за управление на бранда в условията на криза	гл. ас. д-р Теодора Обретенова	ХТМУ - София	онлайн
14:00 - 16:00				
9	Ефективност на различните инструменти в геймификационния подход, за създаване на трайна лоялност и ангажираност на клиентите към фирмата и бранда	докт. Апостол Мушмов проф. д-р Иван Боевски	НБУ	офлайн
10	Емпатията като фактор за развитие на споделени стойностни предложения в условията VUCA среда	гл. ас. д-р Моника Михайлова	ИУ – Варна	офлайн
11	Връзката между клиентската лоялност и NPS: мит или реалност	ас. д-р Кристина Нейкова	СА“Д. А. Ценов“	онлайн
12	(Не)възможният ремаркетинг на капитала	гл. ас. д-р Красимира Найденова	ИУ – Варна	офлайн
13	Новият „тон“ на комуникация на брандовете в банковия сектор	докт. Цветелина Димитрова	ИУ – Варна	офлайн

14	Общоизвестни марки. Ремаркетинга, като способ за тяхното доказване	гл. ас. д-р Михаела Михайлова	УНСС	онлайн
15	Предизвикателства на продуктовото позициониране	докт. Симона Иванова	УНСС	онлайн
16	Methodology for measuring the corporate identity of an university	доц. д-р Силвена Денчева Йорданова	ВУМ	офлайн
17	Ремаркетинг на българската комуникационна практика в сферата на туризма	проф. д-р Светла Ракаджийска	ИУ – Варна	офлайн
18	Сегментиране на пазарите на българското пчеларство на база лоялност	доц. д-р Любомир Любенов	РУ "А. Кънчев"	онлайн
19	Ценовата чувствителност в контекста на съвременните партньорски взаимоотношения с клиентите	доц. д-р Йордан Иванов	ИУ – Варна	офлайн
16:15 - 18:00				
20	Методически насоки за изследване на интернационализацията на български винопроизводители към Азия	доц. д-р Владимир Жечев докт. Андрей Минчев	ИУ – Варна	онлайн
21	Приложение на статистически методи при анализ ефективността на интернет рекламите	Докт. Петя Начева-Георгиева	ИУ – Варна	офлайн
22	Ролята на дигиталния маркетплейс в разработването на нови продукти в ритейлинга	докт. Елина Пейчева	ИУ – Варна	онлайн
23	„Рекламното послание – фактор при определяне равнището на качеството при набирането и подбора на човешки ресурси“	докт. Васил Георгиев	ИУ – Варна	онлайн
24	Изследване на пазарните позиции на водещите банки в България.	докт. Христо Рафаилов	ИУ – Варна	онлайн
25	Сравнителен анализ на ИМК на футболните клубове Арсенал и Манчестър Юнайтед и пилотен модел за български отбор Спартак Варна	ас. Божидар Панайотов	ИУ – Варна	офлайн
26	Предварителни тестове на рекламно съдържание	гл. ас. д-р Свилен Иванов	ИУ – Варна	офлайн
27	Анализ на потребителски коментари в сектора на градския туризъм за град Варна	ас. Пламен Янков	ИУ – Варна	офлайн
28	Corporate identity elements in the digital representation of Bulgarian SME's	гл. ас. д-р Пламена Паламарова	ИУ – Варна	офлайн
29	Unhappy customers on focus – a case of negative online customer review management	гл. ас. д-р Ваня Кралева	ИУ – Варна	офлайн

Секция втора: Ремаркетинг в полза на обществото

Зала 1

Линк за онлайн участие: <https://meet.google.com/gun-ykmk-zpr>

Модератори: доц. д-р Велина Казанджиева / доц. д-р Надежда Димова

секретар: ас. Селвет Ниязиева / докт. Ивелина Иванова-Кадири

11:15 - 13:00

1	New Tendencies in Marketing Concept and the Role and Relevance of Marketing Communication in It	assoc. prof. Rasa Poceviene, PhD	Siauliai State University of Applied Sciences, Lithuania	онлайн
2	AI2AI marketing	проф. д-р Станислав Иванов	ВУМ	онлайн
3	Genetic Marketing: (r)evolution in consumer segmentation	докт. Ивелина Иванова-Кадири	ИУ-Варна	офлайн
4	Accelerating Consumer Adoption of Augmented Reality Technologies as a Result of the Covid Crisis	гл. ас. д-р Кристиан Желев доц. д-р Елена Костадинова доц. д-р Александър Христов Евелина Ангелова Лора Цветкова	УНСС	онлайн
5	How can Consumers identify Circular Fashion? A systematic Literature Review	Luisa Döffinger Melina Gmeiner Lara Wilde prof. dr. Daniel Michelis	Hochschule Anhalt University of Applied Sciences, Germany	офлайн
6	Маркетинговые исследования в вузе: на примере эксперимента в Государственном университете „Дубна“	проф. д.н. Ян Шокин ас. Елена Константинова	Государственный университет „Дубна“, Россия	онлайн
7	State regulation of mexico work force immigration	Elizaveta Glushakova assoc. prof. Sazhida Safina, PhD	Saint Petersburg State University of Economics, Russia	онлайн
8	The function of media in visual communication	assist. prof. Mark Janura	AUE-FON American University of Europe, Macedonia	офлайн
9	Remarketing in google and social media to attract customers in a crisis	Olga Gurtova,	GlobalExportConsulting	офлайн

14:00 – 16:00

10	Ремаркетингът. Стратегически конструктор за цивилизационна устойчивост	проф. д-р Юлия Узунова	ИУ – Варна	офлайн
11	Новите реалности: какво от тях пропуска маркетингът?	Проф. д-р Боян Дуранкев	ВУЗФ	офлайн
12	Ремаркетинг на реалността чрез реструктуриране на социалния капитал	доц. д-р Мария Петрова	ВСУ „Ч. Храбър“	офлайн

13	Значение на ценности върху успешния маркетинг на организацията	гл. ас. д-р Силвия Христова	ХТМУ София	онлайн
14	Специфика на маркетинг етиката в онлайн продажбите	доц. д-р Надежда Димова	НБУ	офлайн
15	Ремаркетинг в полза на обществото	маг. Боян Димитров	Fantastic Services Ltd.	Офлайн
16	Брандирането на Варна като фестивален град – дигитални перспективи	д-р Любомир Кутин	Арт Диалог ЕООД	офлайн
17	Технологични иновации в полза на устойчивия туризъм	доц. д-р Велина Казанджиева	ИУ – Варна	офлайн
18	Стратегии за рестартиране на предприемаческа дейност	доц. д-р Цанко Стефанов	ВТУ „Св.св. Кирил и Методий“	онлайн
16:15 – 18:00				
19	Електрическите автомобили – мечта или реалност за българските потребители	доц. д-р Христина Михалева докт. Светла Атанасова	Университет „Проф. д-р Ас. Златаров“ Бургас	офлайн
20	„Зелената вълна“ в маркетинговите концепции	гл. ас. д-р Даниела Илиева	РУ „А. Кънчев“	офлайн
21	Проблемите на контрола върху посланието на рекламите	гл. ас. д-р Пламена Недялкова	ИУ – Варна	онлайн
22	Служителите като клиенти – социално-отговорен маркетингов подход към привличането на таланти	докт. Ирина Крумова доц. д-р Христина Михалева	Университет „Проф. д-р Ас. Златаров“ Бургас	офлайн
23	Пробуждането на потребителите и промяната в поведението им	докт. Венелина Атанасова	УНСС	онлайн
24	Възможности за постигане на конкурентно предимство чрез „зелен маркетинг“	доц. д-р Георги Кондев	ХТМУ София	онлайн
25	Зеленият маркетинг като социално отговорна стратегия на организацията	гл. ас. д-р Теодора Обретенова	ХТМУ София	онлайн
26	Насоки за измерване на щастието на студентите по Маркетинг в ИУ – Варна	ас. Селвет Ниязиева гл. ас. д-р Свилен Иванов	ИУ – Варна	офлайн
27	Реконцептуализация на маркетинговия микс като инструмент за създаване на стойност за потребителите	гл. ас. д-р Мария Георгиева	ИУ – Варна	офлайн
28	Инфраструктурата като индикатор за устойчиво потребление в Община Варна: политика, програма и практика	гл. ас. д-р Боряна Сербезова ас. д-р Йордан Недев	ИУ – Варна	офлайн
29	Регулация и практики по отношение на разделно събиране на отпадъци	доц. д-р Мария Кехайова-Стойчева ас. д-р Йордан Недев	ИУ – Варна	офлайн

Секция трета: Маркетингови трансформации

Зала 221

Линк за онлайн участие: <https://meet.google.com/sbz-imqs-qqs>

Модератори: проф. д-р Лина Анастасова / доц. д-р Виолета Димитрова

Секретар: д-р Йордан Недев / докт. Теодора Данева

11:15 - 13:00

1	Новите реалности в маркетинга-ефекти на пандемията	проф. д-р Лина Анастасова	БСУ	офлайн
2	Съвременни проекции на повторните покупки в маркетинга	доц. д-р Александър Христов	УНСС	онлайн
3	Проблеми пред управлението и промотирането на бранда в кризисни ситуации	доц. д-р Надя Маринова докт. Камелия Карадочева	НБУ	онлайн
4	Холистичен подход за работодателски брандинг	доц. д-р Евелина Христова	НБУ	онлайн
5	Рисковете в международната търговия и трансформацията на глобалните пазари	доц. д-р Ирена Николова	НБУ	онлайн
6	Екосистема на потребление за образователната услуга: Овластено студентско изживяване в и извън процеса на обучение	доц. д-р Ваня Сланчева	MT&M Колеж, София	онлайн
7	Изследване на пазара на дигитални образователни продукти за деца в България	ас. Теодора Данева	ИУ - Варна	офлайн
8	Retail Marketing Transformation and Cross-Functional Integration / Трансформации в ритейл маркетинга и междуфункционална интеграция	доц. д-р Виолета Димитрова	ИУ - Варна	офлайн

14:00 - 16:00

9	Космическа рекламна инвазия – за или против?	гл. ас. д-р Бойчо Бойчев	ВТУ „Св.св. Кирил и Методий“	онлайн
10	Оmnikanалният маркетинг -- реалности и предизвикателства	гл. ас. д-р Виолета Петева	ИУ - Варна	офлайн
11	Роля на изкуствения интелект в дистрибуцията	доц. д-р Ваня Григорова	СА "Д. А. Ценов"	онлайн
12	Marketing transformations in packaging	гл. ас. д-р Величка Маринова	ИУ - Варна	онлайн
13	Дигитални ценови трансформации на B2B пазари	ас. Биляна Иванова	ИУ - Варна	офлайн
14	Употреба на диалогични принципи и семантични анотации в дигиталните маркетингови комуникации в Мрежата	д-р Теодора Петкова	СУ "Св. Кл. Охридски"	онлайн

15	Дигиталният маркетинг и оптимизацията на търсещи машини в условия на развитие на социалните мрежи	докт. Виктория Лозева	УНСС	онлайн
16	Новите маркетингови подходи пред ресторантския бизнес	ас. Айтен Саидова-Георгиева	ИУ - Варна	офлайн
17	Етични аспекти в маркетинговите комуникации в дигитална среда	гл. ас. д-р Стефания Темелкова	НБУ	онлайн
18	An analysis of cryptocurrency adoption and its challenges for bulgarian business	доц. д-р Теофана Димитрова-Станева ас. д-р Кирил Десев	ПУ "Паисий Хилендарски"	онлайн
16:15 - 18:00				
19	Промени в корпоративните маркетингови стратегии, породени от Пандемията от COVID-19	докт. Калина Кюркчийска	УНСС	онлайн
20	Глобалната маркетингова турбулентност в автомобилния бранш /по примера на Stellantis/	гл. ас. д-р Христо Георгиев Марияна Стоянова	Университет "Проф. д-р Ас. Златаров" Бургас Бургас Авто АД	офлайн
21	Функционалната икономика – от потребителско към потребяващо общество	докт. Даниела Пенкова	ИУ - Варна	онлайн
22	Тоталното управление на качеството в съвременния маркетинг – управление на трансформацията	доц. д-р Кирил Радев	НБУ	онлайн
23	Маркетинг на хазарт: правно-етични норми vs. Финансово-икономически интереси	докт. Кристиан Иванов	ВУЗФ	онлайн
24	Потенциалът на платформените бизнес модели за интернационализация на малкия и среден бизнес	доц. д-р Драгомир Илиев	СА "Д. А. Ценов"	офлайн
25	Глобални пазар – новото предизвикателство	гл. ас. д-р Ваня Хаджиева	НБУ	онлайн
26	Контролинг в маркетинга	гл. ас. д-р Пламен Илиев	НБУ	онлайн
27	Някои математически разсъждения относно ефективността в e-маркетинга	доц. д-р Радан Мирянов	ИУ - Варна	онлайн
28	Предизвикателства пред маркетинга и роля на емпатията в ерата на web 3.0	гл. ас. д-р Ирина Костадинова докт. Ана Тодорова	РУ "А. Кънчев"	онлайн
29	Възможности за маркетингово управление на туристическата дестинация в контекста на съвременните начини за масово въздействие	гл. ас. д-р Тодор Дянков	ИУ - Варна	офлайн
30	Reshaping Marketing Paradigm	проф. д-р Бистра Василева	ИУ - Варна	офлайн
31	Автоматизацията и възможности за преодоляване на субективизма в маркетинговите решения	доц. д-р Евгения Тонкова	ИУ - Варна	офлайн
32	Единна класификация на маркетинговите ефекти	ас. Пламен Янков	ИУ - Варна	офлайн

