



Изследователски профил на преподавателя

1. Име и фамилия:	Мария Георгиева Георгиева
2. Научна степен:	
3. Академична длъжност:	асистент
4. Област на научни интереси (напр. Финанси или Икономикс):	Маркетинг
4.1 Подобласт (напр. Корпоративни финанси или Макроикономика):	Управление на взаимоотношения с клиенти, Потребителска лоялност, Брандинг, Корпоративна социална отговорност
5. Научни проблеми (напр. държавен бюджет и фискална политика; инфлация; и др.):	Роля на социално-отговорния брандинг при управление на взаимоотношенията с клиентите
6. Друга експертиза (напр. предприемаческа активност (собствен бизнес); бизнес консултиране и др.):	Администратор на съвместната магистърска програма на ИУ-Варна и Nottingham Trent University "International Business and management"
7. Основни публикации (6 ключови публикации - могат да се включат публикации от всякакъв характер: статии, студии, монографии и др.; публикации на български или на чужд език):	<p>1. „ПОТРЕБИТЕЛСКАТА ЛОЯЛНОСТ КЪМ БРАНДА – КОНЦЕПТУАЛНА СЪЩНОСТ И ЕФЕКТИ ВЪРХУ ПАЗАРНОТО ПРЕДСТАВЯНЕ НА КОМПАНИИТЕ”, СБОРНИК С ДОКЛАДИ ОТ ДЕВЕТА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ НА МЛАДИТЕ УЧЕНИ „ИКОНОМИКАТА НА БЪЛГАРИЯ В ПРОМЕНЯЩА СЕ ПОЛИТИЧЕСКА, СОЦИАЛНА И ИКОНОМИЧЕСКА СРЕДА”, УНСС СОфия, 4.11. 2013г.</p> <p>2. „МАРКЕТИНГОВИ ИЗМЕРЕНИЯ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В КОНТЕКСТА НА БРАНДИНГА”, СБОРНИК С ДОКЛАДИ ОТ ШЕСТА НАЦИОНАЛНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ С МЕЖДУНАРОДНО УЧАСТИЕ ЗА ДОКТОРАНТИ „ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ДЪРЖАВНОТО УПРАВЛЕНИЕ И БИЗНЕСА”, УНСС СОфия, 24.04.2014г.</p> <p>3. „МЕТРИКИ ЗА АНАЛИЗ НА ПОТРЕБИТЕЛСКАТА ЛОЯЛНОСТ”, СБОРНИК С ДОКЛАДИ ОТ КОНФЕРЕНЦИЯ НА МЛАДИТЕ НАУЧНИ РАБОТНИЦИ, ИУ – ВАРНА, 05.06.2014г.</p> <p>4. „THE ROLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN BRAND EQUITY AS COMPANY’S COMPETITIVE ADVANTAGE”, СБОРНИК С ДОКЛАДИ ОТ ТРЕТА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ „УКРАИНА-БЪЛГАРИЯ-ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ: СЪВРЕМЕННО СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ”, 16.09.2014г.</p> <p>5. „ФАКТОРИ ОПОСРЕДСТВАЩИ ВРЪЗКАТА „СОЦИАЛНО-ОТГОВОРЕН БРАНДИНГ – ПОТРЕБИТЕЛСКА ЛОЯЛНОСТ”, СБОРНИК С ДОКЛАДИ ОТ НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ С МЕЖДУНАРОДНО УЧАСТИЕ „ХОРИЗОНТИ В РАЗВИТИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ И ЗНАНИЕТО”, БСУ, ГР. БУРГАС, 12-14 Юни 2015г.</p> <p>6. „МАРКЕТИНГОВИ ИЗМЕРЕНИЯ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ КАТО СТРАТЕГИЯ ЗА ПОСТИГАНЕ НА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ”, СБОРНИК С ДОКЛАДИ ОТ МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ „МАРКЕТИНГЪТ – ОПИТ И ПЕРСПЕКТИВИ” – ПОСВЕТЕНА НА 20 ГОДИНИ ОТ СЪЗДАВАНЕТО НА КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ” КЪМ ИУ-ВАРНА, 29-30 Юни, 2017г.</p>