



ПРОФЕСИОНАЛНА АВТОБИОГРАФИЯ НА Д-Р КРИСТИЯН ПОСТАДЖИЯН

Образование (учебно заведение, специалност, година на завършване):

- **Образователна и научна степен „Доктор“:** Нов български университет, тема на дисертационния труд: „Негативни въздействия на медийната среда върху телевизионната и прес-реклама в България (Разработване и тестване на система за мониторинг)”, защита на 26.02.2013 г., шифър 8.2 „Театрално и филмово изкуство“
- **Магистърска степен:** Университет за национално и световно стопанство, София, специалност: Маркетинг, година на завършване: 2002
- **Бакалавърска степен:** Университет за национално и световно стопанство, София, специалност: Маркетинг, година на завършване: 2001
- **Средно образование:** 33 Английска езикова гимназия, София, година на завършване: 1996

Заемани длъжности през последните 5 години (организация, длъжност, година на заемане-година на напускане):

Нов български университет, София

- Главен асистент към МФ
- Програмен директор към департамент „Кино, реклама и шоубизнес“

Бранд спирит ЕООД

- Управител (2011-2014)

Адиа ЕООД (Представителство на в. Financial Times)

- Директор Клиенти (2001 - 2012)

Членство в организации:

Член на Българската асоциация по маркетинг

Член на Апелативната комисия на Национален съвет за саморегулация в рекламата

Участие в български и международни фестивали и конкурси:

Член на журито на международното рекламно състезание AdVenture

Член на журито на Effie Bulgaria, организиран от Българската асоциация на комуникационните агенции

Член на журито на Наградите на Българската асоциация на рекламодателите



Основни публикации през последните 5 години:

1. „Тиражът ми е 10 000”, сп. Sign Cafe, бр. 2, 2009 год.
2. „Три неща, които нямаше да направим, ако я нямаше кризата”, сп. Sign Cafe, бр. 3, 2009 год.
3. „По-близо до бизнес клиентите”, сп. Sign Cafe, бр. 4, 2009 год.
4. „По-близо до бизнес клиентите 2”, сп. Sign Cafe, бр. 5, 2009 год.
5. „По-близо до бизнес клиентите 3”, сп. Sign Cafe, бр. 6, 2009 год.
6. „Медии по време на почивка. Или как потребителите променят медийното си поведение по време на летните почивки”, сп. Sign Cafe, бр. 8, 2009 год.
7. „За големите проблеми на малките марки и бюджети”, сп. Sign Cafe, бр. 9, 2009 год.
8. „Never underestimate the importance of local knowledge”, сп. Sign Cafe, бр. 10, 2009 год.
9. „Защо (дали) през 2009 година клиентът стана цар?”, сп. Sign Cafe, бр. 11, 2009 год.
10. „Product placement – къде може да се интегрира една марка?”, сп. Sign Cafe, бр. 12, 2009 год.
11. „Успешни TTL кампании – на ход през 2010”, сп. Sign Cafe, бр. 1, 2010 год.
12. „Къде ти е проблема?”, сп. Sign Cafe, бр. 2, 2010 год.
13. „Защо е толкова важно мястото на продажба?”, сп. Sign Cafe, бр. 5, 2010 год.
14. „Митовите, с които не може да се разделим...”, сп. Sign Cafe, бр. 1, 2011 г.
15. „Риалити форматите през призмата на новите реалности в телевизионната реклама”, електронен научен архив на НБУ, <http://eprints.nbu.bg/771/>, м.май 2011 год.
16. „Риалити форматите – нови възможности за реклама”, сп. Sign Cafe, бр. 6, 2011 г.
17. „Медийната среда – фактор за ефективност на рекламата”, сп. Sign Cafe, бр. 2, 2012 г.
18. „Въздействие на елементите на медийната среда върху ефективността на рекламата”. // Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 05.06.2012. <http://www.newmedia21.eu/analizi/va-zdejstvie-na-elementite-na-medijnata-sreda-va-rhu-efektivnostta-na-reklamata/>
19. „Как влияе медийната среда върху ефективността на рекламата”, www.mixmedia.bg, онлайн браншово издание, 26.06.2012
20. „Въздействие на медийната среда върху рекламата – примери от практиката”, 15.10.2012, <http://www.newmedia21.eu/analizi/va-zdejstvie-na-medijnata-sreda-va-rhu-reklamata-primeri-ot-praktikata/>