

Кафтанджиев Христо Николов, доктор филологических наук, профессор факультета журналистики Софийского университета (Болгария) и Томского государственного университета. Исполнял обязанности зав. кафедрой коммуникация и пиара и зам. декана по учебной работе факультета журналистики Софийского университета.

С мая 2017 по март 2018 Кафтанджиев работает в Казахстане в должности проректора по международным связям Казахского гуманитарно-юридического инновационного университета.

Специализировался в России, Голландии, Англии и Ирландии.

Три года жил и преподавал рекламу и семиотику в Финляндии.

Активно сотрудничает с высшими учебными заведениями России (Барнаул, Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Томск, Самара, Ростов-на-Дону, Калининград, Уфа, Казань, Новосибирск, Ставрополь), Беларуси, Украины (Киев, Одесса, Харьков), Казахстана (Астана, Алматы, Семипалатинск), Узбекистана, Латвии, Литвы, Эстонии, Армении.

Выступал с лекциями по рекламе, маркетинговым коммуникациям и семиотике в Италии, Голландии, США, Китае, Великобритании, Швеции, Германии, Бельгии, Швейцарии, Австрии, Чехии, Македонии, Сербии, Словении, Хорватии, Боснии и Черногории, Греции, Португалии, Польше и т.д.

В качестве лектора участвовал в 3 мировых конгрессах IAA (International Advertising Association) – в Мексике, Египте и Ливане. Был также лектором на двух мировых конгрессах по семиотике – в Мексике и в Германии.

Христо Кафтанджиев – автор множества научных статей по рекламе и семиотике, а также десяти книг, которые не раз переиздавались в Болгарии.

Христо Кафтанджиев – главный редактор научного журнала «American Journal of Linguistics»:

<http://www.sapub.org/journal/aimsandscope.aspx?journalid=1084>

член редколлегии научного журнала „Торгово-экономического журнала“: <https://creativeconomy.ru/journals/tezh/editorial-board>

член редколлегии научного журнала “International Journal of Marketing Semiotics” (Scopus): <https://ijmarketingsemiotics.com/editorial-team-2/>

член редколлегии научного журнала “Journal of Social Sciences Studies”:
<http://www.macrothink.org/journal/index.php/jsss/about/editorialTeam>

член редколлегии научного журнала “International Journal of Business and Economics Research”: <http://www.vkingpub.com/Journal/AS/486.html>

член редколлегии научного журнала “Social Sciences”:<http://www.sciencepublishinggroup.com/journal/editorialboard?journalid=202>

Монографии:

Тексты печатной рекламы. Москва : Смысл, 1995.

Образ женщины в рекламе. Москва : РИП Холдинг, 2007.

Гармония в рекламной коммуникации. Москва : Эксмо, 2005.

Семиотика абсолюта. Москва : РИП-холдинг, 2006.

Герои и красавицы в рекламе. Санкт-Петербург : Питер, 2008.

Секс и насилие в рекламе. Санкт-Петербург : Питер, 2008.

Мифологические архетипы в коммуникациях. Харьков : Гуманитарный центр, 2016.

Интегрированные маркетинговые коммуникации. Семей : КазГЮИУ, 2019.

Рекламата и маркетинговите комуникации по време на черната смърт (коронавируса). Университетско издателство «Св. Климент Охридски», 2020.

Статьи в изданиях, индексируемых в Web of Science, Scopus:

Kaftandjiev, Christo; Stoyanova, Felly. Test measuring tropes understanding in teaching english as a second language. Linkoping Studies in Education and Psychology, Issue 34, Pages 61–67, 1992.

Kaftandjiev, Christo. Bulgaria and national archetypes: A semiotic perspective. Society, Volume 51, Issue 1 Pages 31–34, 2014.

Kaftandjiev, Christo; Shustova, Elena. Fear appeals in marketing communications of banks and insurance companies in the continuum of dramatic-tragic situations – The Semiotic Perspective. International Review, Issue 1–2, Pages: 83–110, 2018.

Kurmanbayeva, Shyrin; Kaftandjiev, Christo. Marketing communications of education – semantics' communicative approaches. Strategies for Policy in Science and Education. Volume 27, Issue 4, Pages 351–368, 2019.

Kaftandjiev, Christo. Entrepreneurship and interdisciplinary education – semiotic aspects. Strategies for Policy in Science and Education. Volume 29, Issue 3, Pages 231–241, 2022.