

**Сведения о ведущей организации
по диссертации Чепелевой Ирины Алексеевны
на тему: «Поведение потребителей как индикатор эффективности
маркетинговых стратегий на рынке детских товаров», представленной на
соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности
5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).**

1.	Полное наименование и сокращенное наименование	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донбасский государственный технический университет», ФГБОУ ВО «ДонГТУ»
2.	Место нахождения	г. Алчевск
3.	Почтовый адрес, телефон (при наличии), адрес электронной почты (при наличии), адрес официального сайта в сети «Интернет» (при наличии)	294204, ЛНР, г. Алчевск, ул. Ленина, 16 тел. +7 (85742) 2-60-43, факс: +7 (85742) 2-68-87 e-mail: info@dstu.education, сайт: https://www.dstu.education/ru/
4.	Список основных публикаций работников ведущей организации по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	1. Маркетинг и логистика: от истоков до цифровизации : монография / Н.В. Гришко, С.В. Захаров и др. - Новочеркасск: Лик, 2021. – 301 с. 2. Кунченко, А. В. Факторы устойчивого роста социально-экономического развития предприятий в условиях внешних ограничений / А. В. Кунченко // Экономический вестник Донбасского государственного технического института. – 2021. – № 10. – С. 5-11. 3. Коцалап, С. А. Применение "Программного метода" и метода мозгового штурма при разработке и реализации маркетинговой стратегии общественных организаций и коммерческих предприятий / С. А. Коцалап, Ю. Б. Шинкарева // Экономический вестник Донбасского государственного технического института. – 2021. – № 10. – С. 72-79. 4. Кунченко, А. В. Оценка социально-экономических показателей развития промышленных предприятий на территории Луганской Народной Республики / А. В. Кунченко // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2021. – № 12(54). – С. 181-186. 5. Бизянов, Е. Е. Эффекты от инноваций в информационную инфраструктуру современного экономического объекта / Е. Е. Бизянов, Л. А. Мотченко // Экономический вестник Донбасского государственного технического института. – 2022. – № 12. – С. 50-57. 6. Коваленко, Н. В. Инфлюенсер-маркетинг: ключевые

	стратегии и вызовы / Н. В. Коваленко // Торговля и рынок. – 2023. – Т. 1, № 3(67). – С. 38-43. 7. Гришко, Н.В. Маркетинговые исследования и их роль в разработке маркетинговых стратегий среднего профессионального образования / В. Н. Тисунова, Н. В. Гришко // Торговля и рынок. – 2023. – Т. 1, № 4(68). – С. 45-51. 8. Коваленко, Н. В. Методика сторителлинг в маркетинге / Н. В. Коваленко // Торговля и рынок. – 2023. – Т. 1, № 4(68). – С. 27-31. 9. Коваленко, Н.В., Брюхина Н.Г. Адаптация маркетинговых стратегий в условиях экономической нестабильности / Н.В. Коваленко, Н.Г. Брюхина // Индустриальная экономика. – 2023. – №S3. – С. 81-86. 10. Коцалап, С. А. Инновационные стратегии как движущая сила конкурентоспособности российских предприятий / С. А. Коцалап, О. В. Ульяницкая // Общество и цивилизация. – 2024. – Т. 6, № 1. – С. 65-72. 11. Белозерцев, О.В. Нейромаркетинг как инструмент воздействия на потребительское поведение / О.В. Белозерцев // Индустриальная экономика. – 2024. – №S2. – С. 65-69.
--	---

Верно

Врио ректора ФГБОУ ВО
«Донбасский государственный
технический университет»,
к-т. техн. наук, доцент



Е.С. Смекалин

«19» февраля 2025 г.