

СВЕДЕНИЯ

о научном консультанте по диссертации Комарницкой Елены Владимировны на тему «Формирование маркетинг-ориентированных бизнес-моделей в условиях цифровой трансформации экономики», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

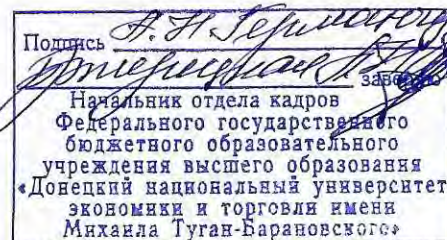
Фамилия, имя, отчество	Германчук Алла Николаевна
Ученая степень	доктор экономических наук
Ученое звание	доцент
Специальность	08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т. ч. маркетинг)
Место работы	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»
Адрес организации	283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31
Телефон организации	+38 (062) 337-23-64
Должность	профессор кафедры маркетингового менеджмента
Основные публикации по проблематике области исследования соискателя	
1. Германчук, А. Н. Цифровые возможности предпринимательского маркетинга / А. Н. Германчук, И. Ю. Охрименко // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2022. – № 2. – С. 35-43. 2. Германчук, А. Н. Доверие как фактор формирования лояльности онлайн-потребителей / А. Н. Германчук, Е. А. Коршунова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 4(101). – С. 200-211. – DOI 10.21295/2223-5639-2023-4-200-211. 3. Германчук, А. Н. Концепт цифровой идентичности потребителя: атлас потребительского поведения и ключевые аспекты взаимодействия / А. Н. Германчук, Е. В. Комарницкая // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 26, № 12(153). – С. 9-14. – DOI 10.36871/ek.ur.p.r.2024.12.26.002. 4. Германчук, А. Н. Влияние цифровизации на совместное создание и совместное разрушение ценности в маркетинге / А. Н. Германчук // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2024. – Т. 14, № 12-1. – С. 447-455. – DOI 10.34670/AR.2024.52.52.045.	

5. Германчук, А. Н. Цифровая лояльность потребителей при взаимодействии с брендом: методика оценки и перспективы роста / А. Н. Германчук, Е. А. Коршунова // Практический маркетинг. – 2024. – № 10(328). – С. 13-18. – DOI 10.24412/2071-3762-2024-10328-13-18.
6. Германчук, А. Н. Трансформация бизнес-моделей: от традиционных к маркетинг-ориентированным / А. Н. Германчук, Е. В. Комарницкая // Дискуссия. – 2025. – № 6(139). – С. 131-140. – DOI 10.46320/2077-7639-2025-6-139-131-140.
7. Германчук, А. Н. Бизнес-модели организаций розничной торговли: инновационные возможности цифровой трансформации (на примере ДНР) / А. Н. Германчук, Е. В. Комарницкая // Российский журнал менеджмента. – 2025. – Т. 23, № 3. – С. 481-505.
8. Германчук, А. Н. Матричная модель создания ценностного предложения маркетинг-ориентированной бизнес-модели в контексте теории поколений / А. Н. Германчук, Е. В. Комарницкая, Е. А. Лапшина // Экономическое развитие России. – 2025. – Т. 32, № 10. – С. 293-296.
9. Германчук, А. Н. Ценностная архитектура маркетинг-ориентированной бизнес-модели / А. Н. Германчук, Е. В. Комарницкая // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2026. – № 2(184). – С. 280-289. – DOI 10.26726/rppe2026v2vaoam.

Научный консультант:

доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры маркетингового
менеджмента

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»



А.Н. Германчук

« 10 » июля 2026 г.