Сведения о ведущей организации
по диссертации Кондратьева Сергея Андреевича
на тему: «Маркетинг бизнес-взаимодействия в условиях экономической интеграции», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности
5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

1.	Полное наименованиеи сокращенноенаименование	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. Коцалап С.А., Шинкарева Ю. Применение «программного метода» и метода мозгового штурма при разработке и реализации маркетинговой стратегии общественных организаций и коммерческих предприятий / Экономический вестник Донбасского государственного технического института. – 2021. – № 10. – С.72-80. 3. Гришко, Н. В. Цифровые технологии в управлении деловым партнерством / Н. В. Гришко, Ю. Л. Степанова // Экономический вестник Донбасского государственного технического института. – 2021. – № 9. – С. 39-46. 4. Коваленко, Н.В. Инфлюенсер-маркетинг: ключевые стратегии и вызовы / Н.В. Коваленко // Торговля и рынок. - №3 (67), Т.1. – 2023. – С. 38-43. 5. Коваленко, Н.В. Методика сторителлинг в маркетинге / Н.В. Коваленко // Торговля и рынок. - №4 (68), Т.1. – 2023. – С. 27-31. 6. Гришко, Н.В. Значение персонализации в маркетинговых стратегиях среднего профессионального образования / В.Н. Тисунова, Н.В. Гришко // Торговля и рынок. - №3 (67), Т.1. – 2023. – С. 69-74. 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. - №4 (68), Т.1. – 2023. – С. 45-51.

		8. Коваленко, Н. В. Адаптация маркетинговых стратегий в условиях экономической нестабильности / Н. В. Коваленко, Н. Г. Брюхина // Индустриальная экономика. – 2023. – № S3. – С. 81-86. 9. Белозерцев, О.В. Нейромаркетинг как инструмент воздействия на потребительское поведение / О.В. Белозерцев// Индустриальная экономика. - 2024. - №S2. - С. 65-69. 10. Мостовая, И. В. Выбор методов оценки эффективности развития государственно-частного партнерства / И. В. Мостовая // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2022. – № 8(62). – С. 176-184. 11. Эккерт, Е. А. Совершенствование организационно-экономических взаимоотношений малого, среднего и крупного бизнеса / Е. А. Эккерт, Е. В. Зелепухина, К. В. Путилова // Экономический вестник Донбасского государственного технического университета. – 2024. – № 18. – С. 36-48. 12. Ульяницкая, О. В. Совершенствование взаимодействия местных администраций и предпринимателей через государственно-частное партнерство / О. В. Ульяницкая // Экономический вестник Донбасского государственного технического университета. – 2025. – № 20. – С. 68-77. 13. Мостовая, И. В. Особенности взаимодействия власти и бизнеса в период институциональных изменений / И. В. Мостовая // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2026. – Т. 8, № 6(177). – С. 38-47.

Верно
Проректор по научной
и инновационной деятельности
ФГБОУ ВО «ДонГТУ»,
к.т.н., доцент Е.С. Смекалин

«04» сентября 2026 г.