

СВЕДЕНИЯ

о научном руководителе по диссертации Коршуновой Елены Анатольевны на тему «Управление потребительской лояльностью в условиях цифровой экономики», представленной на соискание ученой степени кандидата 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	+7 (856) 337-23-64
Должность	профессор кафедры маркетингового менеджмента

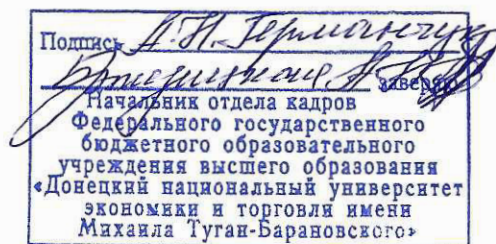
Основные публикации по проблематике области исследования соискателя

1. 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.
2. Германчук, А. Н. Портфель маркетинговых стратегий управления лояльностью потребителей в интернет- среде / А. Н. Германчук, Е. А. Коршунова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 2, № 8(139). – С. 167-174.
3. 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.
4. Германчук, А. Н. Маркетинговые исследования удовлетворенности потребителей ценностным предложением интернет-магазинов / А. Н. Германчук, М. В. Войтюк-Ченакал // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2022. – № 11. – С. 131-137.
5. 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.

6. Германчук, А. Н. Детерминанты формирования потребительской лояльности в Интернет-среде / А. Н. Германчук, Е. А. Коршунова // Сборник научных работ серии "Экономика". – 2022. – № 28. – С. 55-63.
7. Германчук, А. Н. Формирование потребительской ценности товаров в системе трейд-маркетинга / А. Н. Германчук // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2021. – № 4. – С. 63-71.
8. Германчук, А. Н. Маркетинговая стратегия Интернет-торговли: специфика и условия формирования / А. Н. Германчук, М. В. Войтюк-Ченакал // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2020. – № 4. – С. 71-79.
9. Германчук, А. Н. Концептуальные основы формирования маркетинговой стратегии интернет-торговли / А. Н. Германчук, М. В. Войтюк-Ченакал // Торговля и рынок. – 2020. – Т. 2, № 4-1(56). – С. 24-31.
10. Германчук, А.Н. Эффективность реализации маркетинговых стратегий интернет-торговли / А.Н. Германчук, М.В. Войтюк-Ченакал // Сборник научных работ серии «Экономика». – 2020. – Вып. 19. – С. 70-78.

Научный руководитель:
д.э.н., доцент, профессор кафедры
маркетингового менеджмента
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

«17» декабря 2024 г.



 А.Н. Германчук