

СВЕДЕНИЯ

о научном руководителе по диссертации Войтюк-Ченакал Марии Владимировны на тему: «Формирование маркетинговой стратегии интернет-торговли», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: 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	Государственная организация высшего профессионального 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	доцент кафедры маркетингового менеджмента
Основные публикации по проблематике области исследования соискателя	
<ol style="list-style-type: none">1. Германчук А.Н. Цифровые технологии в системе трейд-маркетинга // Экономика и маркетинг в XXI веке : сб. стат. по матер. междунар. науч.-практ. конф., 22-23 ноября 2018 г. – Донецк : ГОУ ВПО «ДонНТУ», 2018. – С. 151 (РИНЦ: https://elibrary.ru/item.asp?id=36996683).2. Германчук, А.Н. Механизм формирования потребительской ценности в системе трейд-маркетинга / А. Н. Германчук // Сборник научных работ серии «Государственное управление». – 2019. – №16. – С.146-158.3. Германчук, А.Н. Потребительская ценность как результат комплексного маркетингового взаимодействия в трейд-маркетинге / А.Н. Германчук // Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации: сб. трудов VII Междунар. науч.-практ. конф., 10 июня 2020 г., г.Смоленск. – Киров: Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Смоленский филиал. – 2020. – С. 194-198. (РИНЦ: https://elibrary.ru/item.asp?id=43780621)4. 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.	

5. Германчук, А.Н. Маркетинговая стратегия интернет-торговли: специфика и условия формирования / А.Н. Германчук, М.В. Войтюк-Ченакал // Вестник ДонНУ. Серия В: Экономика и право. – 2020. – №4. – С. 14-25.
6. Германчук, А.Н. Концептуальные основы формирования маркетинговой стратегии интернет-торговли / А.Н. Германчук, М.В. Войтюк-Ченакал // Торговля и рынок. – 2020. – № 4 (52), т.2. – С. 31-37.
7. Германчук, А.Н. Совместное создание потребительской ценности как фактор роста онлайн-лояльности потребителей / А.Н. Германчук, М.В. Войтюк-Ченакал // Социально-экономическое и экологическое развитие приграничного региона: возможности и вызовы : сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф. (г. Смоленск, 28 окт. 2020 г.). - Киров: Изд-во МЦИТО, 2020. – С.220-223. (РИНЦ: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44178799>)

Научный руководитель:
доктор экономических наук,
доцент, доцент кафедры
маркетингового менеджмента
ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»



А.Н. Германчук

