



Кафедра туризму та економіки підприємства

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Декан фінансово-економічного
факультету

Катерина ПІЛОВА

«26» грудня 2025 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«БРЕНДИНГ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ
ТА ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ»**

Галузь знань	J Транспорт та послуги
Спеціальність	J3 Туризм та рекреація
Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий)
Освітньо-наукова програма	«Туризм та рекреація»
Статус	Вибіркова
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Термін викладання	4-й семестр, 7 чверть
Мова викладання	українська

Викладач: д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та економіки підприємства Безугла Л.С.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг туристичних дестинацій та емоційний маркетинг» для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти спеціальності ІЗ Туризм та рекреація. Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. туризму та економіки підприємства. Д.: НТУ «ДП», 2025. 12 с.

Розробниця: д.е.н., професор кафедри туризму та економіки підприємства Безугла Л.С.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки здобувачів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії за спеціальністю ІЗ Туризм та рекреація (протокол №4 від 26.12.2025 р).

ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	4
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	4
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	6
6.1. Шкали.....	6
6.2. Засоби та процедури	7
6.3. Критерії	7
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	10
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	11

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни – є формування у здобувачів системних теоретико-методологічних знань і науково-прикладних компетентностей у сфері стратегічного брендингу туристичних destinations та емоційного маркетингу, здатності до критичного аналізу, наукового обґрунтування й розроблення інноваційних брендингових моделей destinations.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні.

2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ДРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)
	Зміст
ДРН1	аналізувати, систематизувати та узагальнювати теоретико-методологічні підходи до брендингу туристичних destinations, визначати еволюцію наукових концепцій бренду та обґрунтовувати доцільність міждисциплінарних моделей дослідження у сфері туризму і рекреації.
ДРН2	ідентифікувати, інтерпретувати та науково пояснювати вплив емоційних, поведінкових і психографічних чинників на формування туристичного досвіду, сприйняття бренду destinations та прийняття рішень туристами
ДРН3	розробляти та науково обґрунтовувати стратегії брендингу туристичних destinations, формувати ціннісні пропозиції, позиціонування та архітектуру бренду з урахуванням інтересів стейкхолдерів і стратегічних цілей розвитку територій
ДРН4	застосовувати сучасні цифрові, комунікаційні та креативні інструменти емоційного маркетингу для формування образу туристичної destinations, аргументувати вибір інструментів та оцінювати їх вплив
ДРН5	здійснювати комплексне оцінювання ефективності брендингу туристичних destinations, застосовувати кількісні та якісні методи аналізу, робити науково обґрунтовані висновки щодо конкурентоспроможності destinations

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в 4-му семестрі відповідно до навчального плану, є вибірковою, тому додаткових вимог до базових дисциплін не встановлюється. Міждисциплінарні зв'язки: вивчення курсу ґрунтується на знаннях, отриманих з вивчених дисциплін за попереднім рівнем освіти.

4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години					
	денна			заочна		
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	14	46	60	8	52
практичні	60	21	39	60	4	56
РАЗОМ	120	35	85	120	12	108

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	60
ДРН1 ДРН2 ДРН3	Тема 1. Теоретико-методологічні засади брендингу туристичних дестинацій 1.1. Поняття та еволюція бренду туристичної дестинації у наукових дослідженнях. 1.2. Місце брендингу дестинацій у системі територіального та регіонального розвитку. 1.3. Міждисциплінарні підходи до дослідження брендингу дестинацій (маркетинг, економіка, соціологія, культурологія).	9
ДРН2 ДРН4	Тема 2. Емоційний маркетинг у туризмі та рекреації. 2.1. Теорії емоцій та поведінкових реакцій споживачів туристичних послуг. 2.2. Емоційна цінність туристичного продукту та досвіду відвідування дестинації. 2.3. Інструменти емоційного маркетингу в управлінні туристичними брендами.	8
ДРН1 ДРН3 ДРН5	Тема 3. Ідентичність, образ та репутація туристичної дестинації. 3.1. Концепт ідентичності дестинації: автентичність, унікальність, культурний код. 3.2. Формування образу та іміджу дестинації в свідомості цільових аудиторій. 3.3. Репутаційний капітал туристичної дестинації та механізми його управління.	9
ДРН1 ДРН3 ДРН4 ДРН5	Тема 4. Стратегічне управління брендом туристичної дестинації. 4.1. Етапи розроблення стратегії брендингу туристичної дестинації. 4.2. Стейкхолдери бренду дестинації та механізми їх взаємодії. 4.3. Інституційне та публічне управління брендингом дестинацій.	8
ДРН1 ДРН2 ДРН3 ДРН4 ДРН5	Тема 5. Цифрові та комунікаційні інструменти брендингу дестинацій. 5.1. Digital-брендинг та роль онлайн-платформ у формуванні емоційного сприйняття. 5.2. Storytelling, візуальні комунікації та сенсорний маркетинг у туризмі. 5.3. Соціальні мережі, UGC-контент та інфлюенсер-маркетинг дестинацій.	9
ДРН2 ДРН3 ДРН4	Тема 6. Поведінкові та психографічні аспекти сприйняття бренду дестинації. 6.1. Мотивація туристів і емоційні тригери вибору дестинації. 6.2. Сегментація туристичних ринків за психографічними ознаками. 6.3. Досвід, пам'ять та лояльність як результати емоційного брендингу.	8
ДРН3 ДРН4 ДРН5	Тема 7. Інноваційні та посткризові моделі брендингу туристичних дестинацій. 7.1. Брендинг дестинацій в умовах трансформацій, криз та повоєнного відновлення.	9

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	7.2. Інклюзивний, сталий та емоційно орієнтований брендинг destinations. 7.3. Наукові підходи до формування адаптивних брендингових моделей destinations.	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	60
ДРН1 ДРН2 ДРН3 ДРН4 ДРН5	Тема 1. Теоретико-методологічні засади брендингу туристичних destinations.	9
	Тема 2. Емоційний маркетинг у туризмі та рекреації.	8
	Тема 3. Ідентичність, образ та репутація туристичної destinations	9
	Тема 4. Стратегічне управління брендом туристичної destinations.	8
	Тема 5. Цифрові та комунікаційні інструменти брендингу destinations.	9
	Тема 6. Поведінкові та психографічні аспекти сприйняття бренду destinations.	8
	Тема 7. Інноваційні та посткризові моделі брендингу туристичних destinations.	9
РАЗОМ		120

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <http://surl.li/bgpuz>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувачів за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності та автономії здобувачів за вимогами НРК до 8-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання	виконання завдань під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення сумарного результату поточних контролів
практичні	контрольні завдання	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час заліку за бажанням здобувача
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольних завдань.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час заліку має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

6.3. Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де, a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для освітньо-наукового рівня вищої освіти (подано нижче).

**Загальні критерії досягнення результатів навчання
для 8-го кваліфікаційного рівня за НРК (доктор філософії)**

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Знання		
– Концептуальні та методологічні знання в галузі чи на межі галузей знань або професійної діяльності.	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: – спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; – критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Відповідь містить не грубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння/навички		
– Спеціалізовані уміння/навички і методи, необхідні для розв'язання значущих проблем у сфері професійної діяльності, науки та/або інновацій,	Відповідь характеризує уміння: – виявляти проблеми; – формулювати гіпотези; – розв'язувати проблеми; – оновлювати знання; – інтегрувати знання; – провадити інноваційну діяльність; – провадити наукову діяльність	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
розширення та переоцінки вже існуючих знань і професійної практики; – започаткування, планування, реалізація та коригування послідовного процесу ґрунтовного наукового дослідження з дотриманням належної академічної доброчесності; – критичний аналіз, оцінка і синтез нових та комплексних ідей.	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з не грубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
– Вільне спілкування з питань, що стосуються сфери наукових та експертних знань, з колегами, широкою науковою спільнотою, суспільством у цілому; – використання академічної української та іноземної мови у професійній діяльності та дослідженнях.	Зрозумілість відповіді (доповіді). <i>Мова:</i> правильна; чиста; ясна; точна; логічна; виразна; лаконічна. <i>Комунікаційна стратегія:</i> – послідовний і несуперечливий розвиток думки; – наявність логічних власних суджень; – доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; – правильна структура відповіді (доповіді); – правильність відповідей на запитання; – доречна техніка відповідей на запитання; – здатність робити висновки та формулювати пропозиції; – використання іноземних мов у професійній діяльності	95-100
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
– Демонстрація значної авторитетності, інноваційності, високий ступінь самостійності, академічна та професійна доброчесність, постійна відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності; – здатність до безперервного саморозвитку та самовдосконалення.	Відмінне володіння компетенціями: – використання принципів та методів організації діяльності команди; – ефективний розподіл повноважень в структурі команди; – підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини); – стресовитривалість; – саморегуляція; – трудова активність в екстремальних ситуаціях; – високий рівень особистого ставлення до справи; – володіння всіма видами навчальної діяльності; – належний рівень фундаментальних знань; – належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок	95-100
	Упевнене володіння компетенціями відповідальності і автономії з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано три вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти Office365.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Шостак В.М., Москвич О.Д. Креативний маркетинг у розвитку туристичних дестинацій. *Економіка та суспільство*. 2024. №61. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-10>
2. Белкін І., Трапаїдзе С. Сучасні тенденції розвитку маркетингу у туризмі. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 11(17). С. 43–59 [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-11\(17\)-43-59](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-11(17)-43-59)
3. Римар С., Никига О. Комплексний підхід до формування позитивного іміджу туристичної дестинації. *Економіка та суспільство*. 2025. №75. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-30>
4. Пилипенко Г. М., Смесова В. Л., Безугла Л. С., Бондаренко Л. А. (2023). Теоретико-методологічні аспекти визначення якості послуг у туристичному бізнесі. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2023. № 1(81). С. 150-156. <https://doi.org/10.33271/ebdut/81.150>
5. Makarova V., Mykhailov A., Bezuhla L., Matviienko H. and Marynenko N. (2023) Management of Ecological Land Destructions as a Basis for the Formation of Green Marketing. *Review of Economics and Finance*. vol.21. pp. 383-392 <https://refpress.org/ref-vol21-a39/>
6. Безугла Л. С., Куваєва Т. В., Язіна В. А. Персоналізація маркетингових комунікацій у готельно-ресторанному бізнесі: інструменти підвищення лояльності клієнтів *Науковий журнал «Економічний вісник Дніпровської політехніки»*. 2024. №4 (88). С. 162-169 <https://ev.nmu.org.ua/docs/2024/EV20244.pdf>
7. Костинець В. В. Тенденції цифровізації у сфері брендингу туристичних дестинацій. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69), № 6(2). С. 26–30. https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_6/30_69_6_2/7.pdf
8. Любіцева О. О., Белоусова Н. В., Скоростецька О. О. Особливості формування туристичної дестинації як елемента смарт-міста. *Географія та туризм*. 2020. № 58. С. 3–10. http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2020_58_3.
9. Lalicic, L., Huertas, A., Moreno, A. *et al.* Which emotional brand values do my followers want to hear about? An investigation of popular European tourist destinations. *Inf Technol Tourism* 21, 63–81 (2019). <https://doi.org/10.1007/s40558-018-0134-7>

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Брендинг туристичних destinations та емоційний маркетинг»
для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
ОНП «Туризм та рекреація» зі спеціальності ІЗ Туризм та рекреація

Розробниця:
Безугла Людмила Сергіївна

В редакції авторки

Електронний ресурс

Видано
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842 від 11.06.2004.
49005, м. Дніпро, просп. Дмитра Яворницького, 19.