

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Київський національний університет будівництва і архітектури

# **ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ**

Методичні рекомендації  
до самостійної роботи  
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня  
спеціальності 075 Маркетинг»  
денної та заочної форм навчання

Київ 2023

УДК 339

I-57

Укладачі: Р.А. Дименко, д-р екон. наук, професор;  
С.М. Марченко, канд. екон. наук, доцент;  
О.В. Романенко, канд. екон. наук, доцент

Рецензент Л.М. Алавердян, канд. екон. наук, доцент

Відповідальний за випуск П.В. Захарченко, канд. техн. наук,  
професор

*Затверджено на засіданні кафедри товарознавства та  
комерційної діяльності у будівництві, протокол № 11 від 1 березня  
2023 року.*

В авторській редакції.

**Інформаційні** системи маркетингу: методичні вказівки до  
I-57 самостійної роботи / уклад.: Р.А. Дименко, С.М. Марченко,  
О.В. Романенко. – Київ: КНУБА, 2023. – 20 с.

Містять методичні рекомендації до підготовки тем та завдань,  
матеріали для самостійного виконання практичних робіт з навчальної  
дисципліни «Інформаційні системи маркетингу».

Призначено для здобувачів вищої освіти першого  
(бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної та  
заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня  
"бакалавр".

© КНУБА, 2023

## *Загальні положення*

У дисципліні «Інформаційні системи маркетингу» представлені сучасні теоретичні розробки, тенденції розвитку та стан практики в області інформаційних систем і їх особливостей в маркетингу. Дисципліна вивчає теоретичні основи інформаційних систем маркетингу, маркетингові технології створення інформаційних систем. Розкривається використання інформаційних систем у вирішенні різноманітних завдань маркетингу. Розглядаються різноманітні бази даних маркетингу. Велика увага приділяється аналізу сучасних систем управління взаємовідносинами з клієнтами.

Вивчення даної дисципліни направлено на оволодіння знаннями актуальних проблем інформаційних систем маркетингу, а також на вмінні використовувати методи розрахунку ефективності інформаційних систем маркетингу.

Дисципліна формує такі професійні компетенції: володіння методами і програмними засобами обробки ділової інформації; розуміння ролі і значення інформації та інформаційних технологій у розвитку компаній; володіння методами і програмними засобами обробки ділової інформації.

Метою вивчення дисципліни «Інформаційні системи маркетингу» є розуміння майбутнім випускником ролі інформаційних систем і технологій в діяльності підприємств. В результаті студент повинен знати, як використовувати інформаційні технології та системи маркетингу, необхідні для організації та успішного ведення комерційної діяльності підприємства і вміти правильно вибирати засоби для ефективної діяльності на ринку.

В ході вивчення дисципліни студент повинен навчитися вирішувати такі завдання: формулювати вимоги до інформаційної системи, визначати набір її елементів і моделювати їх зв'язку; використовувати сучасний програмно-апаратний комплекс для забезпечення необхідних комунікацій (прийому-передачі та пошуку інформації); самостійно формувати прогнозно-аналітичну інформацію для проектування і вибору альтернатив рішень, комбінуючи універсальні засоби і методи обмежених генераторів підтримки рішень (електронні бази даних); знати, як використовувати спеціалізовані автоматизовані системи управління підприємством (АСУП) для підтримки рішень по основних функціях маркетингу..

**Самостійна робота студента за темою**  
**«Інформація, інформаційні системи, інформаційні технології в**  
**управлінні маркетинговою діяльністю»**

*Підготувати відповіді на питання:*

1. Характеристика та властивості маркетингової інформації.
2. Характеристика та форми відображення маркетингової інформації.
3. Використання обчислювальної техніки в управлінні маркетингом.
4. Автоматизація інформаційних процесів.

**Робота № 1. Використання макетів публікації у маркетинговій діяльності**

Мета: набути навичок роботи у *MS Publisher*; на основі макетів у *MS Publisher* навчитись створювати та редагувати візитні картки, календарі, буклети, рекламні проспекти.

*Теоретичні відомості*

Видавнича система *MS Publisher* призначена для підготовки поліграфічних продуктів (публікацій, брошур, рекламних листівок, каталогів, книг).

Після завантаження програми відкриється її вікно, інтерфейс якого має багато спільних елементів із рештою програм Microsoft Office. У вікні програми ліворуч знаходиться Область завдань у вигляді окремої панелі (містить команди, що часто використовуються. Її розташування та невеликі розміри дають змогу застосовувати ці команди, не припиняючи роботу над файлами).

*Варіант публікації:*

- Публікація для друку (Публикации для печати) містить шаблони основних видів публікації використовується для швидкого створення макету публікації (рис.1).

- Веб-вузли та електронна пошта (веб-узлы и электронная почта) призначена для створення веб-сайта чи веб-публікацій, які планується відправити як повідомлення електронною поштою.

- Набори макетів (Наборы макетов) містить упорядковані за кольоровим рішенням макети публікацій.

- Пусті публікації (Пустые публикации) використовується для створення власного макету публікації.

**Створення публікації на основі шаблону:** обрати в Області завдань пункт Публікації для друку / відкриється перелік категорій (Швидкі публікації, Бланки, Буклети, Бюлетені тощо) / у вікні перегляду (відкриється

в центральній частині) клацанням обрати потрібний макет публікації / в Області завдань встановити параметри обраного макету (здійснити його форматування) / замінити текстові фрагменти та графічні об'єкти на свої.

Форматування публікації полягає у виборі макета, колірної схеми та шрифтової схеми.

**Вибір колірної схеми:** в Області завдань вибрати пункт Колірні схеми (Цветовые схемы), обрати назву схеми (Альпійська, Водопад, Гори тощо) і клацнувши по ній застосувати її.

Вибір шрифтової схеми (набору шрифтів, призначеного для оформлення публікацій): в Області завдань вибрати пункт Шрифтові схеми (Шрифтовые схемы), обрати назву схеми (Архівна, Базова тощо) і клацнувши по ній, застосувати її.

**Уведення тексту.** На відміну від MS Word публікація складається лише з об'єктів. Об'єкти розташовують на сторінці в певних місцях. Головним об'єктом є текстовий блок (напис). На сторінці може бути декілька текстових блоків (Рис. 1). Якщо створено публікацію на основі шаблону, то вона вже містить текстові блоки, готові для введення даних. Достатньо клацнути у блоці, видалити введений там текст і ввести свій.



Рис. 1. Титульне вікно додатку

Ліва частина титульного вікна дає змогу обрати тип шаблону публікації або почати публікацію «з чистого аркуша» (якщо обрати тип – Размеры пустых страниц). У центральній частині титульного вікна показані шаблони обраного типу публікацій. У правій частині відображаються раніше створені в програмі публікації. Під час вибору типу публікацій у правій частині вікна з'являються параметри налаштування кольорової та шрифтової схем. (рис. 2)



Рис. 2. Вибір кольором схеми

Під час створення нової публікації на основі обраного шаблону вікна програми *MS Publisher* переходить у режим форматування публікації.

Під пунктами меню знаходяться стандартні панелі інструментів: **Стандартная и Форматирование.**

Панель інструментів **Стандартная** використовується для вибору команд щодо створення, відкриття та збереження публікації, на ній знаходяться команди для вибору масштабу відображення публікації, виклику попереднього перегляду перед друком та ін.

Панель інструментів **Форматирование** – для вибору команд щодо форматування текстових об’єктів публікації – вибір шрифту, накреслення та розмір тексту, команди вирівнювання та створення списків.

Будь-яка з панелей інструментів викликається або приховується, виконується послідовністю команд меню: **Вид / Панели инструментов.**

У лівій частині розміщена панель об’єктів. Справа від панелі об’єкта розміщена область задач.

Процес підготовки макета публікації такий:

Макетування.

1. Підготовка тексту.
2. Підготовка ілюстрацій.
3. Вибір шрифту.
4. Верстка.
5. Друк оригінал-макета.

У додатку *MS Publisher* для багатьох типів ділових та маркетингових публікацій є заготовки – майстер створення публікації. Кожна з таких

заготовок має декілька варіантів оформлення. Набір заготовок публікацій можна подивитись за типом публікації або за стилем дизайну.

Існують такі заготовки публікацій у Publisher:

Друк публікацій	Швидкі публікації, рекламні об'яви, почесні грамоти, плакати, буклети, візитні карти, ділові бланки, календарі, каталоги, конверти, об'яви, подарункові сертифікати, листівки, запрошення, наклейки, бланки, меню, бюлетені, паперові моделі, поштові картки, програми, резюме, інформаційні таблички, привітальні листівки
Веб-публікації	Зручний створювач веб-вузлів (створює користувальницький веб-вузол), трьох сторінковий веб-вузол, продаж товарів, професійні послуги
Електронна пошта	Бюлетень, лист, повідомлення про виступи, повідомлення про події, список продуктів, опису товарів

Під час роботи з *MS Publisher* зображення може бути описано як зображення з розширенням 72 пікселя на дюйм або 640×480 пікселів (640 колонок пікселів по вертикалі на 480 рядів по горизонталі).

Алгоритм створення буклету у програмі Publisher

- Запуск програми (подвійне клацання на піктограмі Microsoft Publisher Робочого столу)

- У вікні Microsoft Publisher в пункті Почати з макету вибрати Публікації для друку (клацнути лівою кнопкою миші)

- У списку виберіть «Буклети»

- У правій частині вікна виберіть «Буклет інформаційний. Геометрія»

- Застосувати кольорову схему «Гранат».

- Виділіть текст заповнювача «Відомості про товар або послугу», видаліть його. Аналогічні дії виконайте з іншим текстом і графікою першої сторінки.

- Використовуючи буфер обміну, вставте певний текст і малюнок із файлу «Конкурс. Рекламний буклет»

- Перейдіть на другу сторінку. Виконайте аналогічні дії щодо другої сторінки
- Проєкспериментуйте із шрифтами («Шрифтові схеми»), застосуйте будь-яку з вподобаних шрифтових схем
- Збережіть публікацію: Файл / Зберегти як (замість слова Публікація введіть своє Прізвище).

### *Хід виконання*

1. Запустити *MS Publisher*.
2. На вкладці «**Типы публикаций**» обрати «**Визитные карточки**». З тих, які пропонуються, обрати «**Классических макетов**» обрати «**Каскад**».
3. У вікні «**Параметры**» змінити «Цветовую гамму» на «Городская».
4. Створити «Деловые данные». У додатковому вікні «Создание нового набора деловых данных» ввести дані про себе. У поле «Должность» вказати найменування посади, яку б Ви хотіли займати після закінчення Університету, наприклад, Генеральний директор туристичного агентства «Глобус-тур». У вкладці «Настройка» обрати «Размер страницы» / «Альбомная».
5. Двічі клацнути мишею по піктограмі «Каскад»: сформується «Візитна карта». Зберегти «Візитку» під ім'ям «Візитка 1».
6. Ознайомтесь з іншими видами шаблонів «Визитные карточки». Проєкспериментуйте з шаблонами, обрати найбільш сподобав шийся варіант та зберегти під ім'ям «Візитка 2».
7. У файлі «Візитка 2» змінити кольорову схему й шрифтову схему (наприклад, обрати «Georgia»).
8. Вставити в поле «Логотип» своє фото. Для цього в меню «Правка» обрати «Деловые данные» (рис. 3), натиснути кнопку «Изменить», у відкритому вікні натиснути «Добавить эмблему» та обрати ім'я файлу, у якому знаходиться фото. Натиснути «Сохранить», потім «Обновить публикацию».
9. Виділити область «Візитки», де вказаний телефон і факс, змінити колір шрифту на зелений, напівжирний. Змінити розмір шрифту таким чином, щоб номер факсу / телефону розміщувались на одному рядку. Зберегти файл з внесеними змінами як «Візитка 3».
10. Перемістити у файл «Візитка 3» фото у верхній правий кут візитної картки, збільшити розмір фото (потягнувши за правий нижній кут



зображення). Довільно перемістити область візитки. Зробити градієнтну заливку (два кольори, градієнт От центра) область з найменування організації. Зберегти файл як «Візитка 4».

#### 11. Створені візитки скопіювати у звіт роботи. (рис. 3)

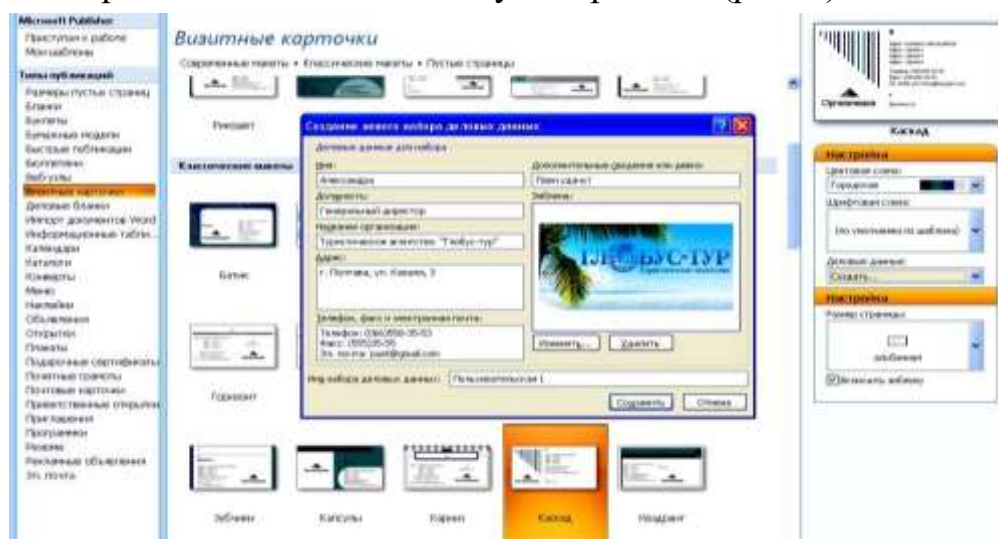


Рис. 3. Створення візитки

**Завдання 1.2. Створити Візитку (або своєї (уявної) фірми, власну, тощо).**

**Завдання 2.1. Створити листівку – вітання з Новим роком.**

#### *Хід виконання*

1. Запустити додаток *Microsoft Office Publisher*.
2. У відкритому вікні програми обрати тип публікації – **«Размеры пустых страниц»**.
3. У списку шаблонів знайти набір розмірів – **«Открытки»**.
4. Обрати потрібний розмір листівки.
5. З правої сторони розділу **«Параметры»** можливо одразу обрати кольорову та шрифтову схеми.
6. Натиснути кнопку **«Создать»**.
7. Відкриється робоче вікно пустої публікації.
8. Додати на листівку заголовок вітання, використовуючи кнопку **«Вставить объект WordArt»** на панелі об'єктів.
9. За допомогою кнопки **«Рисунок»** на панелі об'єктів викликати вікно пошуку кліпів у бібліотеці та знайти святкове зображення. Якщо в бібліотеці немає необхідного зображення, тоді необхідно знайти малюнок в Інтернеті.
10. Додати знайдене зображення в листівку.

11. Обрати кнопку «**Надпись**» на панелі об'єктів й обвести на листівці місце для вітального тексту.

12. Вписати в текстову область текст поздоровлення.

13. Підібрати кольорову та шрифтову схеми області задачі.

14. У пункті меню «**Файл**», обрати команду «**Сохранить как...**». Обрати папку для збереження публікації. У поле «**Имя файла**» вказати ім'я (наприклад, *Вітання*). Натиснути «**Сохранить**».

15. Збережений результат скопіювати у звіт виконання роботи.

**Завдання 2.2.** Створити листівку привітання своїх однокурсників з «Днем студента».

**Завдання 3.1.** Створити календар з відстеженням дат на період з грудня по серпень включно.

**Завдання 4.1.** Створити рекламний буклет (фірми, підприємства, товару, себе).

**Завдання 5.** Результати роботи сформувати у вигляді звіту.

***Самостійна робота студента за темою  
«Функціональна структура типової маркетингової інформаційної системи (МІС)»***

*Підготувати відповіді на питання:*

1. Охарактеризувати бази даних маркетингу.
2. Охарактеризувати банки методів та моделей маркетингу.
3. Призначення та характеристика планових, документаційних, контрольних та експертних систем.

***Самостійна робота студента за темою  
«Характеристика забезпечень маркетингової інформаційної системи»***

*Підготувати відповіді на питання:*

1. Охарактеризувати забезпечення МІС: математичне забезпечення, лінгвістичне, організаційне, правове, ергономічне забезпечення.

***Самостійна робота студента за темою  
«Інформаційні технології маркетингу»***

*Підготувати відповіді на питання:*

1. Системи підтримки прийняття рішень.
2. Банер як засіб розміщення реклами на сайтах.
3. Параметри ефективності банерної реклами.

4. Банерні мережі.
5. Застосування технології Flash (флеш).
6. Компоненти й типи телекомунікацій.

***Самостійна робота студента за темою***

***«Статистичні методи аналізу маркетингової інформації»***

*Підготувати відповіді на питання:*

1. Поняття математичної моделі, залежні та незалежні змінні моделі.
2. Основні групи статистичних методів аналізу маркетингової інформації.
3. Генеральна сукупність і вибірка.
4. Основні критерії перевірки гіпотези про закон розподілу вибіркової сукупності.
5. Визначення необхідного об'єму вибірки.
6. Призначення дисперсійного аналізу.
7. Однофакторний та двофакторний дисперсійний аналіз.
8. Однофакторний регресійний аналіз.
9. Дискримінантний аналіз.
10. Призначення кластерного аналізу.
11. Часові ряди та їх моделювання.

***Самостійна робота студента за темою***

***«Реалізація маркетингових моделей»***

*Підготувати відповіді на питання:*

1. Технічні засоби проведення регресійно-кореляційного аналізу маркетингової діяльності.
2. Приклади маркетингових оптимізаційних моделей.
3. Інструмент Excel «Диспетчер сценариев» для розв'язання задач маркетингу.

***Самостійна робота студента 7 за темою «Використання засобів комп'ютерної комунікації під час вирішення задач маркетингу»***

*Підготувати відповіді на питання:*

1. Роль і місце електронних комунікацій у маркетингу.
2. Методи комп'ютерної комунікації.
3. Інтернет як інструмент для маркетингових комунікацій.
4. Word Wide Web.

***Самостійна робота студента 8 за темою «Огляд систем і пакетів програм, що підтримують вирішення окремих задач маркетингу»***

*Підготувати відповіді на питання, розробити презентацію:*

Характеристика програмних продуктів:

- Project Expert;
- «ФРАНТ»; DeloPro;
- «Офіс 2000»;
- «Торгівля та склад («1С»);
- Менеджмент і маркетинг» («Парус»);
- Citizen 1;
- МКОТС 2.0; VORTEX;
- КонСи Маркетинг.

***Самостійна робота студента за темою  
«Захист інформації»***

*Підготувати відповіді на питання, розробити презентацію:*

1. Класифікація методів захисту даних.
2. Файли й бази даних як інформаційні об'єкти захисту.
3. Управління захистом інформаційних об'єктів.

***Тематика наукових повідомлень***

1. Ринок маркетингової інформації.
2. Роль інформації та нових технологій у виробленні маркетингових стратегій.
3. Концепція системи маркетингової інформації.
4. Завдання, які реалізуються автоматизованою інформаційною системою маркетингу.
5. Комп'ютерне маркет-моделювання фрагментів маркетингової діяльності.
6. Інтегровані ІСМ в рамках корпоративних інформаційних систем.
7. Сучасні напрямки в роботі з системами маркетингової інформації.
8. Перспективи використання експертних мереж і нейро технології в комерційній роботі.
9. Інформаційні системи підтримки стратегічного маркетингу.
10. Використання банків даних і баз знань для вирішення завдань маркетингу.
11. Пірамідальна структура бази даних.

12. Концепція CRM-системи.
13. Вибір оптимальної CRM-системи для конкретної компанії.
14. Інформаційно-аналітична підтримка прийняття маркетингових рішень.
15. Оцінка конкурентоспроможності товару і дослідження конкурентного середовища.
16. Управління Інтернет-проектом.
17. Аналітичні інформаційні системи управління маркетинговою ефективністю сайту.
18. Використання Інтернет для проведення маркетингових досліджень.

### **Перелік питань до іспиту:**

1. Сутність інформаційного маркетингу
2. Цілі та функції інформаційного маркетингу
3. Види інформаційного маркетингу
4. Об'єкти і суб'єкти інформаційного маркетингу
5. Поняття інформації, її роль та значення в управлінні маркетинговою діяльністю на сучасному етапі.
6. Основні вимоги до інформації, що використовується в управлінні маркетингом.
7. Роль та значення інформації в управлінні маркетинговою діяльністю.
8. Характеристика та форми відображення маркетингової інформації.
9. Типи маркетингової інформації.
10. Класифікація маркетингової інформації.
11. Методи дослідження інформації
12. Поняття інформаційних систем та технологій в маркетингу
13. Концепція інформаційних систем маркетингу
14. Класифікація інформаційних систем
15. Необхідність автоматизації інформаційних процесів
16. Сучасні тенденції використання інформаційних технологій в управлінні маркетингом.
17. Структура інформаційних систем маркетингу, функціональні підсистеми.
18. Технічне забезпечення сучасних ІСМ.

19. Структура мережі АРМ і ІСМ та їх зв'язки з внутрішнім і зовнішнім середовищем.
20. Організація АРМ персоналу управління маркетингом.
21. інформаційне забезпечення ІСМ, основне його призначення та використання.
22. Програмне забезпечення ІСМ.
23. Операційні системи та операційні оболонки.
24. ППП спеціального призначення.
25. ППП загального призначення.
26. Загальна характеристика технологічних засобів підтримки прийняття маркетингових рішень.
27. Засоби переструктуризації даних для аналізу залежності між різними ринковими та виробничими факторами.
28. Засоби складання зведених таблиць, діаграм, графіків для підтримки маркетингових рішень.
29. Засоби сортування даних.
30. Засоби фільтрування даних.
31. Обчислення групових характеристик.
32. Консолідація даних.
33. Створення та використання зведених таблиць.
34. Діаграми та графіки при аналізі маркетингової інформації.
35. Вибірковий метод у вивченні попиту.
36. Способи відбору одиниць з генеральної сукупності.
37. Помилка вибірки.
38. Визначення розміру вибірки.
39. Обробка результатів опитування.
40. Загальні принципи розробки концепції маркетингового дослідження.
41. Загальні принципи розробки проекту дослідження.
42. загальні принципи проведення дослідження та аналізу впливу його результатів на діяльність фірми.
43. Дослідження ринку з використанням анкет (схема збирання та обробки даних).
44. Загальна характеристика маркетингового дослідження товару.
45. Інформаційна база функціональної підсистеми «Маркетингові дослідження товару».

46. Автоматизація комплексу задач з дослідження властивостей товару (аналіз конкурентоспроможності товару).

47. Концептуальна модель організації маркетингових досліджень в умовах комп'ютерних технологій.

48. Розроблення концепції та проекту дослідження, проведення дослідження та прийняття маркетингових рішень.

49. Аналіз впливу результатів дослідження на діяльність підприємства.

50. Роль і місце маркетингових комунікацій у маркетингу.

51. Методи комп'ютерної комунікації.

52. Сутність інтерактивного маркетингу

53. Основні методи просування в Internet

54. Особливості маркетингових досліджень в Internet

55. Основні поняття та сфера діяльності електронної комерції

56. Відмінності електронної комерції від традиційної форми торгівлі

**57.** Платіжні та фінансові системи Internet

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Варенко В. М.* Інформаційно-аналітична діяльність : навч. посіб. Київ : Університет «Україна», – 2018. – 416 с.
2. *Київська К. І.* Аналіз сучасних підходів до створення інформаційних систем маркетингу підприємств. // Технічні науки. – 2018. – №10. – С. 24–27.
3. *Коляденко С. В.* Маркетинговий підхід до формування іміджу регіону: сучасні інструменти та актуальні завдання. // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2018. – №17. – С. 152–157.
4. *Кіпоренко С. С.,* Топіна Р. П. Використання інформаційних систем в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств. // Ефективна економіка. – 2019. № 11.
5. *Крижко О. В.,* Дарчук В. Г. Інформаційні системи в маркетинговій діяльності. // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2018. – № 4. – С. 113-120.
6. *Макаренко Т. І.* Моделювання та прогнозування у маркетингу : навч. посіб. Київ : Центр навч. л-ри, 2017. – 160 с.
7. *Степаненко О. В.* Роль інформаційного забезпечення в процесі управління маркетинговою діяльністю в сільськогосподарських підприємствах. // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України : зб. наук. праць. – 2019. – Вип. 142. – Ч. 1. – С. 96-104.
8. *Росоха В. В.* Інформаційне забезпечення маркетингового управління. АгроІнКом : аграр. інформ. наук.-вироб. журн. : наук.-практ. вид. / гол. ред. і вид. Лобас М. Г. – Чабани, 2017. – № 4-6. – С. 53–56.
9. *Палеха Ю. І.,* Палеха О. Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. – Київ, Ліра-К, – 2018. – 480 с.



Навчально-методичне видання

# ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ

Методичні рекомендації  
до самостійної роботи  
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня  
спеціальності 075 Маркетинг»  
денної та заочної форм навчання

Укладачі: **ДИМЕНКО** Руслан Анатолійович;  
**МАРЧЕНКО** Світлана Миколаївна;  
**РОМАНЕНКО** Олеся Валеріївна

Випусковий редактор *Л. М. Морозюк*  
Комп'ютерне верстання *Д.М. Ніколаєвич*

Підписано до друку 16.10.2023. Формат 60x84<sub>1/16</sub>  
Ум. друк. арк. 0,93. Обл.-вид. арк. 1,0.  
Електронний документ. Вид. № 86/III-23

Видавець і виготовлювач:  
Київський національний університет будівництва і архітектури  
Повітрофлотський проспект, 31, Київ, Україна, 03037

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів  
видавничої справи ДК № 808 від 13.02.2002 р.

