

Regulamin Systemu Koordynacji Promocji

ROZDZIAŁ I ZAKRES REGULACJI

§ 1

Regulamin Systemu Koordynacji Promocji określa:

1. Założenia dotyczące **Systemu Koordynacji Promocji**;
2. Zasady **Projektów promocyjnych** prowadzonych przez **Jednostki SKP**;
3. Zasady akceptacji **Projektów materiałów graficznych**;
4. Zasady rezerwacji **Miejskich nośników promocyjnych**;
5. Zalecenia finansowania **Działań merytorycznych mających potencjał promocyjny**, prowadzonych przez **Jednostki SKP**.

§ 2

Ilekroć w Regulaminie, mowa jest o:

1. **Prezydencie (PMK)** – należy przez to rozumieć Prezydenta Miasta Krakowa;
2. **Zastępcy Prezydenta** – należy przez to rozumieć Zastępcę Prezydenta Miasta Krakowa ds. Polityki Społecznej, Kultury i Promocji Miasta;
3. **Koordinatorów Komitetu Sterującego Promocją** – należy przez to rozumieć kierującego komórką organizacyjną Urzędu Miasta Krakowa właściwą ds. promocji;
4. **Zastępcy Koordynatora Komitetu Sterującego Promocją** – należy przez to rozumieć zastępcę kierującego komórką organizacyjną Urzędu Miasta Krakowa właściwą ds. promocji;
5. **Komórce organizacyjnej Urzędu Miasta Krakowa** – należy przez to rozumieć wydziały, biura, kancelarie, zespoły oraz inne struktury funkcjonujące w sposób samodzielny w Urzędzie Miasta Krakowa;
6. **Kierującym komórką organizacyjną Urzędu Miasta Krakowa** – należy przez to rozumieć kierującego wydziałem, biurem, kancelarią, zespołem czy inną strukturą funkcjonującą w sposób samodzielny w Urzędzie Miasta Krakowa;
7. **Systemie Koordynacji Promocji (SKP)** – należy przez to rozumieć dedykowany system, oparty na platformie elektronicznej, służący koordynacji **Projektów promocyjnych** Miasta Krakowa;
8. **Jednostkach SKP** – należy przez to rozumieć komórki organizacyjne Urzędu Miasta Krakowa, miejskie jednostki organizacyjne oraz miejskie instytucje kultury;
9. **Komitecie** – należy przez to rozumieć Komitet Sterujący Promocją Miasta Krakowa, czyli gremium, któremu przewodniczy Prezydent Miasta Krakowa, powołane do opiniowania **Roboczych Planów Rocznych Działań Promocyjnych**, w tym nieplanowanych **Projektów promocyjnych**;

10. **Strażniku Marki (SM)** – należy przez to rozumieć osobę (oraz zastępcę w razie jej nieobecności) w strukturze organizacyjnej komórki organizacyjnej Urzędu Miasta Krakowa właściwej ds. promocji, która nadzoruje przestrzeganie zasad Systemu Identyfikacji Wizualnej (**SIW**) oraz sprawuje nadzór nad pracą **Koordinatorów SKP**;
11. **Systemie Identyfikacji Wizualnej (SIW)** – należy przez to rozumieć zestaw reguł oraz standardów komunikacji wizualnej, mający na celu kształtowanie spójnego, czytelnego, konsekwentnego i pożądanego wizerunku;
12. **Promocji Miasta** – należy przez to rozumieć działania, zarówno o charakterze promocyjnym, jak i informacyjnym, mające na celu kreowanie pozytywnego wizerunku Miasta Krakowa, bądź mające zasadniczy wpływ na kreowanie tego wizerunku, skierowane do dedykowanych grup odbiorców marki Kraków, w tym do mieszkańców Miasta Krakowa oraz pracowników **Jednostek SKP**;
13. **Projektach promocyjnych** – należy przez to rozumieć zespół działań o charakterze promocyjnym, obejmujących w szczególności:
 - 13.1 realizację kampanii promocyjnych, wizerunkowych, produktowych (związanych m.in. z obszarami turystyki, kultury, sportu, zdrowia, edukacji, funduszy europejskich, oświaty, gospodarki komunalnej, ekologii, transportu itd.) wykorzystujących m.in. Internet, outdoor, indoor, prasę, radio, telewizję itd.;
 - 13.2 organizację lub współorganizację prezentacji, wystaw czasowych lub stałych, targów, konferencji oraz innych wydarzeń o charakterze promocyjnym, takich jak akcje promocyjne, konkursy, pikniki itp.;
 - 13.3 realizację działań i aktywności wykorzystujących sieć internetową, w tym działania w mediach społecznościowych, prowadzenie stron internetowych, blogów itp.;
 - 13.4 produkcję, współprodukcję i emisję materiałów multimedialnych, takich jak: programy telewizyjne, radiowe, internetowe, spoty, filmy promocyjne oraz prezentacje itp.;
 - 13.5 produkcję i dystrybucję materiałów promocyjnych (gadżety), materiałów identyfikacyjnych (system wystawienniczy), wydawnictw i innych materiałów drukowanych, takich jak ulotki, foldery, plakaty itp.;
 - 13.6 tworzenie nowej identyfikacji wizualnej projektów i przedsięwzięć;
 - 13.7 prowadzenie działań public relations;
 - 13.8 oraz inne działania marketingowe;
14. **Narzędziach promocyjnych** – instrumenty promocyjne stosowane do realizacji **Projektów promocyjnych**, takie jak Internet, outdoor, indoor, prasa, radio, telewizja, public relations, ambient, materiały promocyjne itd.;
15. **Działaniach merytorycznych o potencjale promocyjnym** – należy przez to rozumieć działania merytoryczne realizowane przez **Jednostki SKP**, które mają potencjał promocyjny i mogą mieć wpływ na budowę i wzmocnienie marki Miasta Krakowa;
16. **Platformie SKP** – należy przez to rozumieć narzędzie w postaci platformy elektronicznej, służące do zarządzania **SKP**, w tym w szczególności do:
 - 16.1 gromadzenia informacji o **Projektach promocyjnych**, planowanych i zrealizowanych przez **Jednostki SKP**;
 - 16.2 koordynowania, konsultowania i wdrażania **Projektów promocyjnych** realizowanych przez **Jednostki SKP**;
 - 16.3 gromadzenia raportów dot. **Projektów promocyjnych** zrealizowanych przez **Jednostki SKP**;

- 16.4 zarządzania **Miejskimi nośnikami promocyjnymi**;
- 16.5 zarządzania i weryfikacji **Projektów materiałów graficznych** wykorzystywanych w **Projektach promocyjnych** realizowanych przez **Jednostki SKP**;
- 16.6 generowania cyklicznego spisu istotnych dla **Promocji miasta Krakowa Projektów promocyjnych** w formie newslettera do użytku Prezydenta Miasta Krakowa, Zastępców Prezydenta i kadry zarządzającej UMK;
17. **Koordinatorach SKP** – należy przez to rozumieć pracowników w komórce organizacyjnej Urzędu Miasta Krakowa właściwej ds. promocji, odpowiedzialnych za współpracę z **Jednostkami SKP** w ramach prowadzonych przez nie **Projektów promocyjnych**;
18. **Przedstawicielach Jednostki SKP** – należy przez to rozumieć pracowników w **Jednostkach SKP** powołanych do współpracy z **Koordinatorami SKP**;
19. **Miejskim nośniku promocyjnym** – należy przez to rozumieć nośniki promocyjne, które znajdują się we władaniu Miasta Krakowa;
20. **Operatorze miejskiego nośnika promocyjnego** – należy przez to rozumieć miejską jednostkę organizacyjną zarządzającą **Miejskimi nośnikami promocyjnymi**;
21. **Roboczym Planie Rocznych Działań Promocyjnych** – należy przez to rozumieć dokument w formie tabelarycznej, opisujący planowane przez **Jednostki SKP** na następny rok budżetowy/lata budżetowe **Projekty promocyjne** składane przez **Przedstawicieli Jednostki SKP** poprzez **Platformę SKP** raz do roku w terminie, o którym mowa w § 6 ust. 1 pkt 1.1 ppkt 1.1.1;
22. **Karcie Projektu promocyjnego** – należy przez to rozumieć dokument w formie elektronicznej, składany przez **Przedstawicieli Jednostek SKP** poprzez **Platformę SKP**, zawierający informacje na temat **Projektu promocyjnego**, w tym jego szczegóły takie jak nazwa, opis, cele, terminy, koszty, itp.;
23. **Raportcie** – należy przez to rozumieć dokument stanowiący podsumowanie przeprowadzonego **Projektu promocyjnego**, składany przez **Przedstawicieli Jednostki SKP** poprzez **Platformę SKP**, w terminie do 30 dni od daty zakończenia realizacji **Projektu promocyjnego**;
24. **Zaakceptowanym Planie Rocznych Działań Promocyjnych** – należy przez to rozumieć dokument w formie tabelarycznej, zawierający zaakceptowane przez **Komitet** planowane przez **Jednostki SKP** na następny rok budżetowy/lata budżetowe **Projekty promocyjne**, które mają odzwierciedlenie w budżecie/planie finansowym na kolejny rok/Wieloletniej Prognozie Finansowej (WPF) na lata następne (jeśli wymagane) – w przypadku komórek organizacyjnych Urzędu Miasta Krakowa oraz miejskich jednostek organizacyjnych oraz w planie finansowym na kolejny rok – w przypadku miejskich instytucji kultury;
25. **Projekcie materiałów graficznych** – należy przez to rozumieć projekty materiałów multimedialnych, promocyjnych, identyfikacyjnych, wydawnictw i innych materiałów drukowanych, o których mowa w pkt. 13 ppkt. 13.4 – 13.5 niniejszego paragrafu;
26. **Realizatorze** – należy przez to rozumieć podmiot odpowiedzialny za realizację **Projektu promocyjnego**;
27. **Partnerze** – należy przez to rozumieć podmiot współpracujący z **Jednostką SKP** przy realizacji **Projektu promocyjnego**.

ROZDZIAŁ II

OGÓLNE ZAŁOŻENIA DOTYCZĄCE SYSTEMU KOORDYNACJI PROMOCJI

§ 3

W celu zapewnienia odpowiedniej oprawy promocyjnej, w ramach **Systemu Koordynacji Promocji**, komórka organizacyjna Urzędu Miasta Krakowa właściwa ds. promocji sprawuje nadzór nad działaniami dotyczącymi **Promocji Miasta**, a realizowanymi przez inne **Jednostki SKP**.

§ 4

Organem rekomendującym prowadzenie działań w zakresie **Promocji Miasta** jest **Komitet**, który podejmuje decyzje podczas posiedzeń, w terminach, o których mowa w § 6 ust. 1 pkt 1.2 ppkt 1.2.1. lub on-line, w oparciu o dokumenty przedstawione przez **Jednostki SKP**, w terminach, o których mowa w § 6 ust. 1 pkt 1.1 ppkt. 1.1.1.

§ 5

Dokumenty, o których mowa w § 2 pkt. 21-23 niniejszego Regulaminu, są przedkładane przez **Przedstawicieli Jednostek SKP** poprzez **Platformę SKP**.

ROZDZIAŁ III

ZASADY DOTYCZĄCE PROJEKTÓW PROMOCYJNYCH, AKCEPTACJI PROJEKTÓW MATERIAŁÓW GRAFICZNYCH I REZERWACJI MIEJSKICH NOŚNIKÓW PROMOCYJNYCH

§ 6

1. Zarządzanie **Projektami promocyjnymi** planowanymi/realizowanymi przez **Jednostki SKP**:
 - 1.1 **Projekty promocyjne** planowane/realizowane przez **Jednostki SKP**, powinny być zgłaszane przez **Przedstawicieli Jednostek SKP** poprzez **Platformę SKP** w następujący sposób:
 - 1.1.1 **Roboczy Plan Rocznych Działań Promocyjnych**, obejmujący **Projekty promocyjne** zaplanowane do realizacji przez **Jednostki SKP** w kolejnym roku budżetowym/latach budżetowych, powinien zostać zgłoszony do dnia **20 września w 2017 r.**, a w kolejnych latach: do **7 dni** roboczych od daty wejścia w życie zarządzenia Prezydenta Miasta Krakowa w sprawie wstępnego podziału środków na wydatki bieżące na kolejny rok;
 - 1.1.2 Zgłoszenie **Projektu Promocyjnego** w ramach **Roboczego Planu Rocznych Działań Promocyjnych**, następuje poprzez wypełnienie **Karty projektu promocyjnego** i zawiera w szczególności:

- a) dane osoby prowadzącej projekt, tj. imię i nazwisko, dane kontaktowe (e-mail i numer telefonu);
 - b) nazwę **Projektu promocyjnego**;
 - c) nazwę i numer działania w systemie STRADOM, z którego finansowany jest **Projekt Promocyjny** (w przypadku komórek organizacyjnych Urzędu Miasta Krakowa, Krakowskiego Biura Festiwalowego oraz miejskich jednostek organizacyjnych);
 - d) koszty **Projektu promocyjnego**, w tym koszty **Jednostki SKP** (w przypadku komórek organizacyjnych Urzędu Miasta Krakowa, Krakowskiego Biura Festiwalowego oraz miejskich jednostek organizacyjnych – budżet działania w systemie STRADOM, z którego finansowany jest **Projekt promocyjny**; w przypadku miejskich instytucji kultury – budżet działania w planie finansowym na kolejny rok), koszty promocji (**Narzędzi promocyjnych**) oraz koszty **Partnerów**;
 - e) czas trwania/realizacji **Projektu promocyjnego**;
 - f) szczegółowy opis i cele **Projektu promocyjnego**;
 - g) grupy docelowe;
 - h) zasięg (lokalny, regionalny, ogólnopolski, międzynarodowy);
 - i) mierniki projektu, np. przewidywaną liczbę uczestników;
 - j) przewidywaną liczbę i rodzaj **Partnerów**;
- 1.1.3 Uszczegółowienie/aktualizacja ostatecznego zakresu w danym **Projekcie promocyjnym**, w tym **Narzędzi promocyjnych** stosowanych do jego realizacji, powinno nastąpić w okresie do jednego miesiąca przed planowanym terminem realizacji przedstawionym w **Karcie Projektu promocyjnego**;
- 1.1.4 W uzasadnionych przypadkach termin, o którym mowa w ppkt 1.1.3 może ulec zmianie, a uszczegółowienie/aktualizacja ostatecznego zakresu w **Projekcie promocyjnym**, w tym **Narzędzi promocyjnych** stosowanych do jego realizacji, może nastąpić w okresie krótszym niż do jednego miesiąca przed planowanym terminem realizacji przedstawionym w **Karcie Projektu promocyjnego**. Zmiana terminu, o której mowa w niniejszym podpunkcie, wymaga wcześniejszego ustalenia i zgody **Koordinatorów SKP**;
- 1.1.5 **Raport** z realizacji **Projektu promocyjnego** powinien zostać złożony do 30 dni po zakończeniu jego realizacji poprzez **Platformę SKP**.
- 1.2 **Robocze Plany Rocznych Działań Promocyjnych**, wprowadzone poprzez **Platformę SKP**, są:
- 1.2.1 weryfikowane przez **Koordinatorów SKP** w porozumieniu z **Koordinatorem Komitetu** i rekomendowane **Komitetowi** przez **Koordinatora Komitetu**, a następnie opiniowane na posiedzeniu przez **Komitet**, w roku 2017 w terminie do 28 września 2017 r. (lub do 2 tygodni od dnia wprowadzenia **Projektu promocyjnego** wcześniej nie zaplanowanego), a w kolejnych latach do 5 dni roboczych od terminu, o którym mowa w ust. 1 pkt 1.1 ppkt 1.1.1 niniejszego paragrafu;
- 1.2.2 w przypadku odesłania przez **Komitet**, **Roboczego Planu Rocznych Działań Promocyjnych** do **Jednostki SKP**, **Komitet** wyznacza termin 2 dni roboczych w celu uzupełnienia, uszczegółowienia itp. danych przez **Jednostkę SKP**. Ostateczną decyzję o akceptacji lub odrzuceniu uzupełnionego/zweryfikowanego **Roboczego Planu Rocznych**

- Działań Promocyjnych, Komitet** podejmuje on-line do 2 dni roboczych od wprowadzenia na **Platformę SKP** poprawionego **Roboczego Planu Rocznych Działań Promocyjnych** przez **Jednostkę SKP**. Odpowiedzialność za terminowe wprowadzenie poprawionego **Roboczego Planu Rocznych Działań Promocyjnych** ponosi wprowadzająca **Jednostka SKP**;
- 1.2.3 **Robocze Plany Rocznych Działań Promocyjnych** są przygotowywane przez **Jednostki SKP** we współpracy z **Koordynatorami SKP**.
 - 1.3 Wyniki prac **Komitetu** są przekazywane przez **Koordynatorów SKP** do **Przedstawicieli Jednostek SKP** drogą elektroniczną. Wynikiem prac jest **Zaakceptowany Plan Rocznych Działań Promocyjnych**, mający odzwierciedlenie finansowe w przyjętym budżecie na kolejny rok/Wieloletniej Prognozie Finansowej (WPF) na lata następne (jeśli wymagane) – w przypadku komórek organizacyjnych Urzędu Miasta Krakowa oraz miejskich jednostek organizacyjnych oraz w planie finansowym na kolejny rok – w przypadku miejskich instytucji kultury.
 - 1.4 **Komitet** może zarekomendować dodatkowe spotkanie **Koordynatorów SKP** z wybranymi **Przedstawicielami Jednostek SKP** w celu szczegółowego omówienia **Planów Rocznych Działań Promocyjnych**.
 - 1.5 W przypadku **Projektów promocyjnych** nieplanowanych, obowiązuje ta sama procedura, jak w przypadku **Roboczego Planu Rocznych Działań Promocyjnych** z wyłączeniem terminów, o których mowa w ust. 1 pkt 1.1 ppkt 1.1.1 niniejszego paragrafu oraz z zastrzeżeniem postanowień § 11.
 2. Zarządzanie **Projektami materiałów graficznych** wykorzystywanymi przy realizacji **Projektów promocyjnych**:
 - 2.1 Do każdego zgłoszonego, zaakceptowanego **Projektu promocyjnego**, w ramach którego będą wykorzystywane materiały graficzne, **Jednostka SKP** powinna dołączyć **Projekty materiałów graficznych** zgodne z **SIW**, w celu ostatecznego zaakceptowania ich kształtu przez **Strażnika Marki** odpowiedzialnego za nadzór nad **Systemem Identyfikacji Wizualnej**.
 - 2.2 Opis procedury akceptacji **Projektów materiałów graficznych**:
 - 2.2.1 **Przedstawiciele Jednostki SKP** przesyłają **Projekty materiałów graficznych** poprzez **Platformę SKP**, nie później niż na 14 dni roboczych przed terminem zlecenia ich wykonania lub emisji, w celu sprawnego przeprowadzenia procedury akceptacji projektów;
 - 2.2.2 przesłany **Projekt materiału graficznego** podlega sprawdzeniu pod względem zgodności z **SIW** przez **Koordynatorów SKP**, a następnie ostatecznej akceptacji przez **Strażnika Marki** w ciągu 4 dni roboczych;
 - 2.2.3 w uzasadnionych przypadkach terminy, o którym mowa w ppkt. 2.2.1 i 2.2.2 mogą ulec zmianie; w tym w szczególności przekazanie projektów materiałów graficznych poprzez platformę SKP może nastąpić w czasie krótszym niż na 14 dni roboczych przed terminem ich wykonania lub emisji. Zmiana terminów, o której mowa w niniejszym podpunkcie, wymaga wcześniejszego ustalenia i zgody **Koordynatorów SKP** oraz **Strażnika Marki**;
 - 2.2.4 konieczność naniesienia zmian do **Projektu materiału graficznego** jest przekazywana **Przedstawicielom Jednostki SKP** poprzez **Platformę SKP**;

- 2.2.5 **Przedstawiciele Jednostki SKP** są zobowiązani do przedstawienia poprawionych **Projektów materiałów graficznych** w ciągu 5 dni roboczych;
- 2.2.6 procedura jest powtarzana do momentu uzyskania ostatecznej akceptacji **Projekt materialu graficznego** przez **SM** pod względem zgodności z **SIW**.
- 2.3 W przypadku pozytywnej weryfikacji **Projekt materialu graficznego** **Jednostka SKP** może skierować materiał do produkcji lub emisji, w przeciwnym razie materiał nie może zostać wyprodukowany.
- 3. Zarządzanie **Miejskimi nośnikami promocyjnymi**:
 - 3.1 Rezerwacja **Miejskich nośników promocyjnych** odbywa się w następujący sposób:
 - 3.1.1 **Jednostka SKP** planująca **Projekty promocyjne**, ma prawo bezpłatnie skorzystać z **Miejskich nośników promocyjnych** znajdujących się we władaniu Miasta Krakowa, pod warunkiem ich dostępności;
 - 3.1.2 warunkiem dokonania rezerwacji **Miejskich nośników promocyjnych** poprzez **Platformę SKP** jest wcześniejsze (najpóźniej na miesiąc przed rozpoczęciem rezerwacji) wprowadzenie na **Platformę SKP** aktualizacji **Projektu promocyjnego**, którego zakres obejmuje wykorzystanie **Miejskich nośników promocyjnych**;
 - 3.1.3 zgłoszenie rezerwacji **Miejskich nośników promocyjnych** jest weryfikowane przez **Koordinatorów SKP** pod względem zasadności ich wykorzystania w ramach danego **Projektu promocyjnego**, a następnie koordynowane z **Operatorem miejskiego nośnika promocyjnego**.
 - 3.2 Opłaty związane z wykorzystaniem **Miejskich nośników promocyjnych**, w tym w szczególności koszty projektu graficznego, druku, montażu i demontażu materiałów promocyjnych, ponosi rezerwująca je **Jednostka SKP**.
 - 3.3 Opis **Miejskich nośników promocyjnych** (lista, rodzaj, parametry, lokalizacja, itd.) dostępny jest poprzez **Platformę SKP**.

ROZDZIAŁ IV POSIEDZENIA KOMITETU STERUJĄCEGO

§ 7

Komitet zbiera się minimum 2 razy w roku.

§ 8

Komórka organizacyjna Urzędu Miasta Krakowa właściwa ds. promocji, informuje członków **Komitetu** o terminie spotkania minimum na 5 dni roboczych przed planowanym posiedzeniem **Komitetu**.

§ 9

1. **Komitet**, podczas posiedzenia, na którym rozpatruje zasadność złożonych **Projektów promocyjnych** w ramach **Roboczych Planów Rocznych Działań Promocyjnych**, może wydać następujące decyzje:
 - 1.1 zaakceptować do realizacji;
 - 1.2 odrzucić w całości;
 - 1.3 zwrócić w celu uzupełnienia danych;
 - 1.4 przesunąć realizację na inny termin niż wskazany w planie;
 - 1.5 zalecić zmianę **Realizatora** dla danego **Projektu promocyjnego** lub zobowiązać **Jednostkę SKP** do nawiązania współpracy z inną **Jednostką SKP**.
2. Projekty **Projektów promocyjnych**, o których mowa w ust. 1, są rozpatrywane w oparciu o kryteria ustalone przez **Komitet** w trybie roboczym.

§ 10

Komitet podejmuje decyzje w głosowaniu jawnym, zwykłą większością głosów, przy kworum nie mniejszym niż 7 członków **Komitetu**. W przypadku równego podziału głosów ostateczną decyzję podejmuje **Przewodniczący Komitetu Sterującego Promocją Miasta** (lub jego zastępca w razie jego nieobecności).

§ 11

W przypadku konieczności podjęcia decyzji o rekomendacji finansowania **Działań promocyjnych nie zaplanowanych** w **Planach Rocznych Działań Promocyjnych** oraz zezwalania na zmiany w rekomendowanych wcześniej **Projektach promocyjnych**, należy stosować się do następujących zasad:

KWOTA BRUTTO BUDŻETU PROMOCYJNEGO		REKOMENDACJA
OD	DO	
	5 000,00 zł	kierujący Jednostką SKP
5 000,01 zł	30 000,00 zł	Koordinator Komitetu – kierujący komórką organizacyjną Urzędu Miasta Krakowa właściwą ds. promocji
30 000,01 zł	100 000,00 zł	2 członków Komitetu, w tym Koordynator Komitetu – kierujący komórką organizacyjną Urzędu Miasta Krakowa właściwą ds. promocji
100 000,01 zł	500 000,00 zł	Komitet zwykłą większością głosów
500 000,01 zł		Przewodniczący Komitetu Sterującego Promocją Miasta na podstawie rekomendacji Komitetu

ROZDZIAŁ V
ZALECENIA FINANSOWANIA DZIAŁAŃ MERYTORYCZNYCH
O POTENCJALE PROMOCYJNYM

§ 12

1. **Jednostkom SKP** zaleca się, na etapie planowania **Działania merytorycznego o potencjale promocyjnym**, zaplanowanie środków finansowych na jego promocję, wg następujących zasad:
 - 1.1 70-80% środków budżetu **Działania merytorycznego o potencjale promocyjnym** na dany rok budżetowy należy przeznaczyć na zadania merytoryczne;
 - 1.2 20-30% środków budżetu **Działania merytorycznego o potencjale promocyjnym** na dany rok budżetowy należy przeznaczyć na zadania o charakterze promocyjnym.
2. W przypadku innego, niż opisane w ust. 1 zaplanowania środków finansowych na promocję **Działań merytorycznych o potencjale promocyjnym**, zaleca się złożenie przez **Jednostkę SKP** pisemnego uzasadnienia i uzyskania zgody **Komitetu**, z zastrzeżeniem terminów, o których mowa w § 6 ust. 1 pkt 1.1 ppkt 1.1.1.
3. **Komitet** ma prawo odstąpić od zasad, o których mowa w ust. 1 i 2 i zalecić inny sposób finansowania **Działań merytorycznych o potencjale promocyjnym**.