

Uwagi:

w kolumnach nr 8 i 10 oraz 12-16 podany został całkowity budżet na dane zadanie/działanie

w kolumnach 9 i 11 podana została kwota na promocję w ramach całkowitego budżetu na dane zadanie/działanie

* - przy pozycjach budżetowych oznacza, iż dokładny budżet na dane przedsięwzięcie promocyjne będzie określony w budżecie jednostki po przyjęciu rocznej uchwały budżetowej

- oznacza brak / niekontynuowanie zadania/działania w danym roku budżetowym

1) PRZEDSIĘWZIĘCIA BEZPOŚREDNIO POWIĄZANE Z PSP (podpięte pod Program Promocji w Stradom)

Jednostka	Nr przedsięwzięcia promocyjnego	Nr zadania budżetowego / numer działania	Usługa publiczna	Nazwa działania (zgodna ze STRADOM)	Nazwa produktu (zgodna ze STRADOM)	Lata trwania projektu	PRELIMINARZ REALIZACJI ZADANIA										Opis przedsięwzięcia promocyjnego / promocyjnego komponentu innego zadania	GRUPY DOCELOWE PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA				Cele przedsięwzięcia promocyjnego / promocyjnego komponentu innego zadania						Zadania promocyjne	Koordynator /realizator	Partnerzy		
							2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (kwota na promocję)	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (kwota na promocję)	2018 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2018 (kwota na promocję)	2019	2020	2021	2022		1 - MIESZKAŃCY	2 - TURYSŤCI	3 - PRZEDSIĘBIORCY	INNE - JAKIE?											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
Biuro Prasowe	Z1.BLD 1	BI/MPI/ 01	D-1	Magiczny Kraków	Ilość wejść na stronę MPI	2016-2022	2 194 100,00	1 684 569,00	1 642 000,00	1 642 000,00	1 573 000,00	1 573 000,00	#	#	#	#	Oficjalna miejska strona internetowa „Magiczny Kraków” łącząca wszystkie informacje powstające w Wydziałach UMK i jednostkach miejskich. Jest podstawowym źródłem informacji dla mieszkańców, turystów i inwestorów. Posiada wersję mobilną mobi.krakow.pl. Zadanie obejmuje także funkcjonowanie portalu telewizja.krakow.pl.	X	X	X		1	2	3	4	5	6	1	BI	KBF (MPI)		
	Z5.BLD 2	BI/MPI/ 02	D-1	Dwutygodnik Miejski KRAKÓW.PL	Wydany dwutygodnik krakow.pl	2016-2022	508 100,00	508 100,00	700 000,00	700 000,00	999 200,00	999 200,00	#	#	#	#	KRAKÓW.PL to bezpłatny dwutygodnik. Pismo ukazuje się w środy, ma 28 stron i format A4. Nakład pisma to 400000 egzemplarzy. od maja 2018 zostaje zwiększony nakład do 50.000 egzemplarzy Posiada nr ISSN 1898 - 9039. Ukazuje się od roku 2008. Opisuje bieżące sprawy społeczne i problemy, które umykają mediom mainstreamowym w dobie tabloidyzzacji. Mocno angażuje społeczność lokalną w sprawy miasta. Gazeta dystrybuowana jest w kilkunastu salonach prasowych „Kolporter”, w budynkach UMK jednostek miejskich. Rozchodzi się cały nakład. Dodatkowo od września 2017 gazeta rozdawana jest pięciu punktach na terenie miasta na ulicach przez kolporterów. Wersja online (pdf) publikowana jest na www.krakow.pl.	X	X	X		1	2	3	4	5	6	5	BI			
	Z5.BLD 3	BI/MPI/ 03	D-1	Program telewizyjny	Ilość odcinków Krakowskim targiem	2017-2022	#	#	763 000,00	763 000,00	838 000,00	838 000,00	#	#	#	#	Program "Krakowskim targiem" jest wyświetlany w TVP 3. Jest to program zachęcający do aktywnego udziału w najważniejszych sprawach Miasta. Obecnie emitowane są różnego rodzaju cykle programów np.. "Kraków dodaj do ulubionych"	X	X	X		1	2	3	4	5	6	5	BI			
Kancelaria Prezydenta	Z2.KP. D1	KP/BWK/04	nie dotyczy	PRZEDSIĘWZIĘCIA ORGANIZOWANE LUB WSPÓŁORGANIZOWANE PRZEZ KP	PRZEDSIĘWZIĘCIA KP/BWK	2016-2022	954 100,00	34 440,00	1 178 060,00	50 430,00	1 074 680,00	34 440,00	#	#	#	#	Lekcja Śpiewania (kadrówka i koledowanie).	X	X			1	2	3				2	KP			
	Z2.KP. D2	KP/BWK/05	nie dotyczy	PRZEDSIĘWZIĘCIA LEKCJA ŚPIEWANIA - ORGANIZOWANE W RAMACH ŚWIĄT PAŃSTWOWYCH	LEKCJA ŚPIEWANIA	2016-2022	151 750,00	31 980,00	182 000,00	31 980,00	179 500,00	31 980,00	#	#	#	#	Lekcja Śpiewania (3 Maja, Święto Niepodległości).	X	X			1	2	3				2	KP			
Wydział Edukacji	Z4.EK. D1	EK/IPR /10	nie dotyczy	Promocja Edukacji	Zrealizowane przedsięwzięcie/działanie-promocja edukacji	2014-2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	#	#	#	#	Portal "Nasze szkoły". Przykład Smart City , system nowoczesnej komunikacji internetowej dla szkół, rodziców i mieszkańców Krakowa. W jednym miejscu gromadzi ujednoliconą informację o krakowskich szkołach.	X			uczniowie , rodzice	1	2	3	4		6	4	EK	Firma zewnętrzna LIBRUS		
Wydział Planowania i Monitorowania Inwestycji	Z4.WP. D1	WP/PM I/19	nie dotyczy	Działania informacyjno-promocyjne dotyczące programu inwestycyjnego	Materiały dotyczące programu inwestycyjnego	2016-2018	35 830,00	35 830,00	120 000,00	120 000,00	258 000,00	258 000,00	#	#	#	#	1) Wystawa plenerowa pn.,KRAKÓW NA POCZĄTKU XXI WIEKU - Celem wystawy było zaprezentowanie krakowskich inwestycji zrealizowanych w latach 2002-2016. Wystawa była prezentowana w 5-ciu różnych lokalizacjach na terenie miasta Krakowa w dniach od 08.09.2016 do 09.11.2016 r. 2) Album pn.: "Kraków - miasto zmian" cz. 1 - W wydawnictwie zostały zaprezentowane największe i najważniejsze przedsięwzięcia inwestycyjne ostatnich lat zrealizowane przez Gminę Miejską Kraków. Album pn. : "Kraków - miasto zmian" cz.2 planowany do wydania w połowie 2018 roku. W wydawnictwie zostały zaprezentowane najważniejsze inwestycje programowe z większości dziedzin i obszarów funkcjonowania miasta.	X		X							4		6	4	WP	OPGK w Krakowie Spółka z o.o.

Jednostka	NR PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO	Nr zadania budżetowego / numer działania	Usługa publiczna	Nazwa działania (zgodna ze STRADOM)	Nazwa produktu (zgodna ze STRADOM)	LATA TRWANIA PROJEKTU	PRELIMINARZ REALIZACJI ZADANIA										OPIS PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA	GRUPY DOCELOWE PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA				CELE PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA						ZADANIA PROMOCYJNE	KOORDYNATOR /REALIZATOR	PARTNERZY	
							2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (kwota na promocję)	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (kwota na promocję)	2018 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2018 (kwota na promocję)	2019	2020	2021	2022		1 - MIESZKAŃCY	2 - TURYSŢI	3 - PRZEDSIĘBIORCY	INNE - JAKIE?										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Wydział Organizacji i Nadzoru	Z5.OR.D1	OR/RUE/01	nie dotyczy	Promocja projektu	Plakaty o projekcie RUE+	2016-2019	1 001,00	1 001,00	0,00	0,00	0,00	0,00	#	#	#	#	Zadanie obejmuje działania dot. promocji projektu RUE.	X		X	pracownicy UMK i MJO GMK	1		3			6	5	OR		
	Z1.PT.D1	PT/WPR/01	H-1	Realizacja przedsięwzięć promocyjnych i ich promocja	LICZBA UCZESTNIKÓW IMPREZ/WYDARZEŃ, KAMPANII PROMOCYJNYCH	2016	1 214 394,00	1 214 394,00	#	#	#	#	#	#	#	#	Organizowanie i współorganizowanie przedsięwzięć promocyjnych skierowanych do mieszkańców i gości przyjezdnych typu: Święto Miasta, Dzień Otwarty Magistratu, Święto Chleba, Dożynki, Festiwal Pierogów, Gała operetkowa, Kolęda w Nowej Hucie; oprac. przewodników po Krakowie skierowanych do turystów.	X	X	X		1	2	3	4	5		1	PT		
	Z8.PT.D2	PT/MTM/01	H-1	Marketing Turystyczny / Targi i prezentacje	Targi i prezentacje PT/MTM	2016	184 469,00	184 469,00	#	#	#	#	#	#	#	#	Promocja turystyczna miasta w celu zwiększenia liczby turystów poprzez organizację i współorganizację targów i prezentacji w kraju i za granicą.		X						4			8	PT	POT, MOT, ZOPOTy, Instytuty i ambasady zagraniczne	
	Z8.PT.D3	PT/MTM/02	H-1	Wizyty studyjne dziennikarzy i touoperatorów	Zorganizowana wizyta studyjna	2016	277 972,00	277 972,00	#	#	#	#	#	#	#	#	Promocja turystyczna miasta w celu zwiększenia liczby turystów poprzez organizację wizyt studyjnych dziennikarzy.		X		dziennikarze i touoperatorzy	1	2		4				8	PT	naukowcy z krakowskich uczelni wyższych; obiekty: ICE Kraków, ARENA, EXPO; rekomendowane firmy PCO, hotele, obiekty z salami konferencyjnymi; województwo, Port Lotniczy Balice - zależy od tematu konferencji
	Z6.PT.D4 + kontynuacja Z8.PT.D2	PT/BIZ/01	H-1	Udział w targach i prezentacjach zagranicznych	Liczba spotkań przeprowadzonych podczas targów biznesowych	2016-2022	150 592,00	150 592,00	268 000,00	268 000,00	292 235,00	292 235,00	#	#	#	#	Promocja oferty konferencyjnej miasta w celu zwiększenia liczby turystów biznesowych poprzez rozmowy z potencjalnymi organizatorami konferencji		X	X	organizatorzy kongresów/konferencji/planiszi spotkań	1	2	3	4				6 i 8	PT	ICE Kraków, ARENA, EXPO, rekomendowane firmy PCO, hotele, obiekty z salami konferencyjnymi oraz POT, MOT, ZOPOTy, instytuty i ambasady zagraniczne.
	Z6.PT.D5	PT/BIZ/02	H-1	Pozyskiwanie i współorganizacja kongresów	Konferencja współorganizowana przez Miasto	2016-2022	433 865,00	433 865,00	243 000,00	243 000,00	424 468,00	424 468,00	#	#	#	#	Pozyskanie konferencji i kongresów, najlepiej międzynarodowych, które dzięki staraniom miasta odbędą się w Krakowie.	X	X	X	środowiska naukowe- pracownicy krakowskich uczelni; czasem studenci kierunków tematycznych	1	2	3	4				6	PT	naukowcy z krakowskich uczelni wyższych; obiekty: ICE Kraków, ARENA, EXPO; rekomendowane firmy PCO, hotele, obiekty z salami konferencyjnymi; województwo, Port Lotniczy Balice - zależy od tematu konferencji
	Z6.PT.D6 oraz kontynuacja Z8.PT.D3	PT/BIZ/06	H-1	Organizacja wizyt studyjnych i inspekcyjnych	Zorganizowana wizyta inspekcyjna	2017-2022	#	#	375 000,00	375 000,00	120 000,00	120 000,00	#	#	#	#	Promocja oferty konferencyjnej miasta w celu zwiększenia liczby turystów biznesowych poprzez organizację wizyt inspekcyjnych dla potencjalnych organizatorów konferencji oraz promocja turystyczna miasta w celu zwiększenia liczby turystów poprzez organizację i współorganizację wizyt studyjnych dziennikarzy.		X	X	dziennikarze i touoperatorzy	1	2	3	4				6 i 8	PT	naukowcy z krakowskich uczelni wyższych; obiekty: ICE Kraków, ARENA, EXPO; rekomendowane firmy PCO, hotele, obiekty z salami konferencyjnymi; województwo, Port Lotniczy Balice - zależy od tematu konferencji
	Z8.PT.D7	PT/KM/01	H-1	Zintegrowane kampanie informacyjno-promocyjne miasta skierowane do wewnątrz	Kampania	2016-2022	998 242,00	998 242,00	3 343 329,00	3 343 329,00	2 347 031,00	2 347 031,00	#	#	#	#	Zintegrowana kampania wizerunkowo-produktowa skierowana do wewnątrz.	X						3		5		8	PT		
	Z4.PT.D8	PT/KM/02	H-1	Promocja budżetu obywatelskiego	Kampania	2016-2022	470 000,00	470 000,00	532 500,00	532 500,00	510 000,00	510 000,00	#	#	#	#	Kampania zwiększająca lojalność i przywiązanie mieszkańców do miasta - kampania budżetu obywatelskiego.	X					1		3	4	5	6	4	PT	Rada Budżetu Obywatelskiego

NR PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO	Nr zadania budżetowego / numer działania	Usługa publiczna	Nazwa działania (zgodna ze STRADOM)	Nazwa produktu (zgodna ze STRADOM)	LATA TRWANIA PROJEKTU	PRELIMINARZ REALIZACJI ZADANIA										OPIS PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA	GRUPY DOCELOWE PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA				CELE PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA						ZADANIA PROMOCYJNE	KOORDYNATOR /REALIZATOR	PARTNERZY
						2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (kwota na promocje)	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (kwota na promocje)	2018 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2018 (kwota na promocje)	2019	2020	2021	2022		1 - MIESZKAŃCY	2 - TURYSŤI	3 - PRZEDSIĘBIORCY	INNE - JAKIE?									
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Z4.PT. D9	PT/KM M/03	H-1	Promocja Krakowskiej Karty MieszkaŃca	Kampania	2017	#	#	585 500,00	585 500,00	#	#	#	#	#	#	Kampania zwiększająca lojalność i przywiązanie mieszkańców do miasta - promocja Krakowskiej Karty MieszkaŃca.	X				1		3	4	5	6	4	PT	
Z8.PT. D10	PT/KM M/04	H-1	Zintegrowane kampanie informacyjno-promocyjne skierowane na zewnątrz	Kampania	2017-2022	#	#	472 000,00	472 000,00	150 000,00	150 000,00	#	#	#	#	Wzmacnianie wizerunku miasta Krakowa z wykorzystaniem mediów społecznościowych.		X					3		5		8	PT	MOT, POT, Agencje reklamowe, branża
Z8.PT. D11	PT/KM M/05	H-1	Organizacja marketingu Miasta	Działania promocyjne	2017-2022	#	#	124 880,00	124 880,00	130 000,00	130 000,00	#	#	#	#	Organizowanie i współorganizowanie przedsięwzięć promocyjnych.	X	X			1		3	4	5	6	4	PT	
Z4.PT. D10	PT/PKK /01	H-1	Promocja Karty Krakowskiej	Kampania	2018-2022	#	#	#	#	600 000,00	600 000,00	#	#	#	#	Kampania zwiększająca lojalność i przywiązanie mieszkańców do miasta - promocja Krakowskiej Karty MieszkaŃca.	X				1		3	4	5	6	4	PT	
Z4.PT. D10	PT/PKK /02	H-1	Realizacja projektu Karty Krakowskiej	Projekt	2018-2022	#	#	#	#	2 097 519,00	0,00	#	#	#	#	Realizacja Krakowskiej Karty Krakowskiej	X				1		3	4	5	6	4	PT	
Z1.PT. D11	PT/DW M/01	H-1	Organizacja i koordynacja działań wizerunkowych Miasta	Projekt	2016-2022	228 051,00	228 051,00	497 090,00	497 090,00	2 485 448,00	2 485 448,00	#	#	#	#	Organizacja i koordynacja działań wizerunkowych Miasta obejmująca: stworzenie bazy wizerunku Krakowa; udostępnianie materiałów promocyjnych (zdjęć, znak towarowy, itd.); stworzenie zespołu koordynacji promocji Krakowa oraz programu kompetencji marketingowych.	X	X	X		1	2		4			1	PT	Pozostałe jednostki i wydziały UMK
Z1.PT. D12	PT/DW M/02	H-1	System Identyfikacji Wizualnej Miasta	System identyfikacji wizualnej	2016-2022	8 500,00	8 500,00	151 960,00	151 960,00	142 000,00	142 000,00	#	#	#	#	Aktualizacja logotypu, opracowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta/lifting znaku towarowego GMK, zgodnie z wyznaczonym ESP i pozycjonowaniem, koordynacja i uspoŃnianie promocji Krakowa w warstwie wizualnej (straŃnik marki) - wdroŹenie i koordynacja stosowania nowego SIW na bazie systemu koordynacji (akceptacji) wszelkich materiałów wizualnych miasta o charakterze promocyjnym zgodnie z opracowanym SIW oraz zasadami spójności wizualnej marki.	X	X	X		1	2		4		6	1	PT	Pozostałe jednostki i wydziały UMK oraz agencja brandingowa
Z1.PT. D13	PT/SIB/ 05	H-1	Strategie i Badania / Koordynacja badań marketingowych	Raport	2017	#	#	19 668,00	19 668,00	#	#	#	#	#	#	Aktualizacja i koordynacja dokumentów strategicznych z obszaru turystyki i promocji. Koordynacja badań i opracowań w zakresie turystyki, w tym biznesowej, a także marketingowych.	X	X	X		1	2					1	PT	pozostałe wydziały i jednostki podległe Urzędowi Miasta Krakowa, MOT, POT, agencje badań marketingowych.
Z1.PT. D14 (kontynuacja Z1.PT. D1)	PT/RTS /01	H-1	Polityka wydawnicza	Wydawnictwo informacyjne/promocyjne	2016-2022	13 800,00	13 800,00	385 470,00	385 470,00	187 800,00	187 800,00	#	#	#	#	Opracowanie wydawnictw promocyjnych o Krakowie.	X	X	X		1	2	3	4	5		1	PT	
Z1.PT. D15	PT/WP R/03	H-1	Gadżety promocyjne	Wydany gadżet promocyjny	2016	68 205,00	68 205,00	#	#	#	#	#	#	#	#	Wykonanie gadżetów promocyjnych / Zakup	X	X			1						1	PT	
Z1.PT. D16 (kontynuacja Z1.PT. D15)	PT/RTS /06	H-1	Polityka gadżetowa	Gadżet promocyjny	2017	#	#	120 000,00	120 000,00	#	#	#	#	#	#	Wykonanie gadżetów promocyjnych / Zakup	X	X			1						1	PT	

Jednostka	NR PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO	Nr zadania budżetowego / numer działania	Usługa publiczna	Nazwa działania (zgodna ze STRADOM)	Nazwa produktu (zgodna ze STRADOM)	LATA TRWANIA PROJEKTU	PRELIMINARZ REALIZACJI ZADANIA										OPIS PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA	GRUPY DOCELOWE PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA				CELE PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA						ZADANIA PROMOCYJNE	KOORDYNATOR /REALIZATOR	PARTNERZY	
							2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (kwota na promocję)	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (kwota na promocję)	2018 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2018 (kwota na promocję)	2019	2020	2021	2022		1 - MIESZKAŃCY	2 - TURYSŤI	3 - PRZEDSIĘBIORCY	INNE - JAKIE?										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Zarząd Zieleni Miejskiej	Z4.ZZM.D1	ZZM/O1.65/16/01	O-1	Aplikacja mobilna "Kraków w zieleni"	brak	2016	35 000,00	35 000,00	#	#	#	#	#	#	#	#	Aplikacja ma stanowić swoisty wirtualny przewodnik po parkach, informować o wydarzeniach w nich się odbywających, jak również angażować użytkowników poprzez wirtualne gry, które będą stanowiły część aplikacji. Aplikacja dostępna będzie na smartfony w języku polskim i angielskim. Cel: zwiększenie poziomu wiedzy na temat zieleni, zarówno w aspekcie historycznym , jak i przyrodniczym. Kształtowanie zaangażowania i postaw ekologicznych wśród mieszkańców.	X	X				2	3	4		6	4	ZZM		
	Z5.ZZM.D2	ZZM/U.KZ/06	O-1	Działania edukacyjno-promocyjne	Impreza edukacyjno-promocyjna organizowana przez ZZM/UKZ	2016-2022	122 500,00	122 500,00	395 000,00	30 000,00	208 670,00	13 000,00	#	#	#	#	Strona internetowa "Kraków w zieleni" oraz organizacja imprez i działania edukacyjne - zwiększenie poziomu wiedzy na temat zieleni, zarówno w aspekcie historycznym , jak i przyrodniczym. Kształtowanie zaangażowania i postaw ekologicznych wśród mieszkańców. Angażowanie mieszkańców w działania mające na celu integrację społeczną.	X	X				2	3	4	5	6	5	ZZM		
	Z4.ZZM.D3	ZZM/O1.57/16/01	O-1	Ścieżka edukacyjna w Lesie Mogiłskim i w Parku Leśnym Witkowsickim	brak	2016	96 215,00	96 215,00	#	#	#	#	#	#	#	#	Ścieżka edukacyjna w Parku Leśnym Witkowie. Cel: zwiększenie poziomu wiedzy przyrodniczej. Kształtowanie zaangażowania i postaw ekologicznych wśród dzieci i młodzieży. Projekt zakłada przygotowanie leśnej trasy edukacyjnej wraz z materiałami (w tym scenariuszami zajęć dla nauczycieli klas 1-3 oraz 4-6).	X	X									4	ZZM		
		ZZM/O1.73/17/01	Projekt UGB - WITKOWICE GLL	WYBUDOWANA INFRASTRUKTURA REKREACYJNA W PARKU LEŚNYM WITKOWICKIM	2017-2019	#	#	22 500,00	0,00	67 783,00	0,00	#	#	#	#																
		ZZM/UGB/01	Realizacja Projektu UGB - Witkowice GLL	ZREALIZOWANY I ROZLICZONY PROJEKT UGB WITKOWICE GLL	2016-2019	48 351,00	0,00	146 130,00	0,00	139 400,00	0,00	#	#	#	#																
Wydział Rozwoju Miasta	Z6.WR.D1	WR/COI/09	G-1	Przygotowanie udziału Krakowa w Europejskim Kongresie Samorządów w roku następnym	Europejski Kongres Samorządów	2016-2022	1 500 000,00	225 000,00	1 500 000,00	225 000,00	2 000 000,00	300 000,00	#	#	#	#	Przygotowanie udziału Krakowa w Europejskim Kongresie Samorządów w roku następnym. Cel: promocja Krakowa jako Miasta Gospodarza międzynarodowego kongresu. Kongresu, który jest wyjątkową platformą wymiany poglądów i miejscem spotkań liderów samorządowych i elit regionalnych z przedstawicielami administracji państwowej, organizacji pozarządowych i biznesu. Kongres jest znakomitym narzędziem do poruszania i rozwiązywania nurtujących problemów, wymiany doświadczeń zwłaszcza w skali samorządów.			x	liderzy samorządów w oraz elit regionalnych, prezydent, admini. państwowej, świata biznesu, kultury, NGO, mediów.				2		4		6	WR	Fundacja Instytut Studiów Wschodnich
	Z5.WR.D2	WR/KOS/06	D-1	Promocja partycypacji i konsultacji społecznych wśród mieszkańców	Działania promujące ideę partycypacji społecznej	2016-2022	31 000,00	13 600,00	199 100,00	41 620,00	74 100,00	50 000,00	#	#	#	#	Promocja spotkań konsultacyjnych zleczanych MCD przez inne wydziały. Głównym celem jest promowanie konsultacji i partycypacji obywatelskiej.	X						4	5	6	5	MCD	Wydział zlecający konsultacje		
Krakowskie Biuro Festiwalowe	Z2.KBF.D1	KBF/DKI/02	K	Działalność kulturalna instytucji / Organizacja wydarzeń	Zorganizowane wydarzenie KBF	2016-2022	bd	bd	11 042 500,00	331 275,00	12 000 000,00	480 000,00	#	#	#	#	Organizacja przedsięwzięć kulturalnych (festiwalu, imprez, eventów takich jak Misteria Paschalia, Opera Rara, Sacrum Profanum, Festiwal Conrada, Festiwal Miłosza, Festiwal Muzyki Filmowej oraz Wianki, Jarmark Świętojański, Program Miasto Literatury Unesco) oraz działalność Kraków Film Commission.	X	X	X	branża				3	4	5		2	KBF	UMK
Zarząd Infrastruktury Sportowej	Z3.ZIS.D1	ZIS/MER/01	nie dotyczy	Działania promocyjne poprzez organizację Mistrzostw Europy w Piłce Ręcznej w 2016 roku	MISTRZOSTWA EUROPY W PIŁCE RĘCZNEJ EHF EURO 2016 +	2016	5 730 000,00	5 730 000,00	#	#	#	#	#	#	#	#	EHF EURO 2016 – Mistrzostwa Europy w Piłce Ręcznej Mężczyzn Polska 2016. W dniach 15-31 stycznia 2016 roku Kraków był Miastem-Gospodarzem imprezy. W TAURON Arenie Kraków swoje mecze grupowe rozgrywała reprezentacja Polski, odbyły się tu też m.in. półfinały, mecz o trzecie miejsce i wielki finał ME.	X	X	X	X				3	4		6	3	ZIS	Gmina Miejska Kraków, ZIS, Tauron Arena Kraków, ZWIĄZEK PIŁKI RĘCZNEJ w POLSCE
	Z3.ZIS.D2	ZIS/MES/01	nie dotyczy	Działania promocyjne poprzez organizację Mistrzostwa Europy w Piłce Siatkowej EURO 2017	MISTRZOSTWA EUROPY W PIŁCE SIATKOWEJ EURO 2017+	2017	#	#	5 927 735,00	5 927 735,00	#	#	#	#	#	#	CEV Mistrzostwa Europy w Piłce Siatkowej Mężczyzn Polska 2017, które odbędą się w Polsce dniach 25.08-03.09.2017 roku. Miasto Kraków będzie jednym z miast gospodarzy imprezy, mecze I fazy, II fazy, mecze półfinałowe i mecz finałowy Mistrzostw Europy 2017 zostaną rozegrane w Tauron Arenie.	x	x	x	X				3	4		6	3	ZIS	Gmina Miejska Kraków, ZIS, Tauron Arena Kraków, Polski Związek Piłki Siatkowej

2) PRZEDSIĘWZIĘCIA POŚREDNIO POWIĄZANE Z PSP (ocechowany produkt w Stradom "PSP")

Jednostka	Nr przedsięwzięcia promocyjnego	Nr zadania budżetowego / numer działania	Usługa publiczna	Nazwa działania (zgodna ze STRADOM)	Nazwa produktu (zgodna ze STRADOM)	Lata trwania projektu	PRELIMINARZ REALIZACJI ZADANIA										Opis przedsięwzięcia promocyjnego / promocyjnego komponentu innego zadania	GRUPY DOCELOWE PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO / PROMOCYJNEGO KOMPONENTU INNEGO ZADANIA				Cele przedsięwzięcia promocyjnego / promocyjnego komponentu innego zadania							Zadania promocyjne	Koordynator /realizator	Partnerzy
							2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (kwota na promocję)	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (kwota na promocję)	2018 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2018 (kwota na promocję)	2019	2020	2021	2022		1 - Mieszkańcy	2 - Turysci	3 - Przedsiębiorcy	Inne - jakie?										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Wydział Kultury i Dziedzictwa Narodowego	Z2.KD.D1	KD/RW P/03	K-1	REALIZACJA WŁASNYCH PROJEKTÓW I CYKLI ARTYSTYCZNYCH	Projekty własne i cykle artystyczne	2016-2022	3 055 399,99	48 000,00 cecha PSP	2 047 200,00	52000,00 cecha PSP	3 367 660,00	80000,00 cecha PSP	#	#	#	#	Sześć akcji promocyjnych w ciągu roku kalendarzowego dotyczących NOCY MUZEÓW, NOCY TEATRÓW, NOCY TANĆA, NOCY JAZZU, NOCY SAKRALNEJ i NOCY POEZJI.	X	X	X	społeczności innych miast i krajów świata				4			2	KD	Podmioty działające w sferze kultury w Krakowie	
	Z2.KD.D2	KD/PK M/06	K-3	Realizacja zadań związanych z tworzeniem i funkcjonowaniem parków kulturowych	Plan ochrony Parku Kulturowego	2016-2022	100 000,00	100000,00 cecha PSP	0,00	cecha PSP	80 000,00	80000,00 cecha PSP	#	#	#	#	Promocja działań miasta na rzecz ochrony zabytkowych obszarów miasta	X	X	X	społeczności innych miast i krajów świata				4		6	2	KD		
	Z2.KD.D3	KD/WD K/14	K-2	Zlecenie w trybie umów wieloletnich realizacji zadań publicznych w sferze kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego	Projekt realizowany w ramach trzyletnich otwartych konkursów ofert w zakresie kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego	2016-2022	0,00	cecha PSP	1 400 000,00	cecha PSP	6 660 000,00	cecha PSP	#	#	#	#	Promocja programów wsparcia krakowskich twórców i artystów.	X	X	X	twórcy, artyści, mecenasi				4		6	2	KD		
Wydział Rozwoju Miasta	Z6.WR.D3	WR/MS P/06	G-1	Wspieranie wzrostu konkurencyjności i potencjału krakowskich przedsiębiorstw	ZORGANIZOWANE WSPARCIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI	2016-2022	1 126 927,00	cecha PSP	1 952 498,00	cecha PSP	1 584 299,00	cecha PSP	#	#	#	#	Platforma współpracy na rzecz rozwoju startupów, branż kreatywnych i innowacyjnych w Krakowie - wspieranie i promocja inicjatyw i imprez, tworzenie sieci współpracy. Promowane ma być Smart city, nowoczesność, innowacje, rozwój. Kraków jako nowoczesne miasto. Jest to okazja do rozwijania biznesu przez młodych (i nie tylko) ludzi, pokazuje się miasto stawiające na nowoczesne technologie i innowacyjne rozwiązania. Start #krk up – Krakowski Tydzień Startupów.			X	wydarzenie skierowane jest do szerokiego grona odbiorców, w tym osób chcących założyć działalność gospodarczą		2	3			6	WR	Krakowskie startupy, instytucje okołobiznesowe		
Wydział Spraw Administracyjnych	Z6.SAD.1	SA/DZG /04	G-1	Informacja poszerzona	Informacja udzielona przez POP+	2016-2022	0,00	cecha PSP	6 000,00	cecha PSP	6 000,00	cecha PSP	#	#	#	#	Promocja Punktu Obsługi Przedsiębiorcy - jedynego miejsca w Polsce , w którym można nie tylko założyć działalność gospodarczą, ale i uzyskać poszerzone informacje dotyczące obowiązków związanych z zakładaniem lub prowadzeniem działalności gospodarczej, doradztwo w zakresie posługiwania się kodami Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007), inf. dot. wsparcia finansowego dla przedsiębiorców, informacja na temat procedur administracyjnych UMK dotyczących przedsiębiorców. Ponadto w POP przedsiębiorcy mogą załatwić sprawy związane z ZUS, GUS oraz uzyskać konsultacje i poradę w Punktach Konsultacyjnych PK, AGH oraz Małopolskiego Oddziału Krajowej Izby Doradców Podatkowych. Działanie to zawarte jest w Programie wspierania rozwoju małej i średniej przedsiębiorczości w Krakowie. Promocja Krakowa jako miasta dobrze zorganizowanego, wspierającego przedsiębiorczość i przedsiębiorców oraz otwartego na nowe pomysły.	X		X			2	3	4	5	6	SA	Główny Urząd Statystyczny (GUS), Zakład Ubezpieczeń Społecznych (ZUS), Centrum Transferu Technologii Akademii Górniczo-Hutniczej W Krakowie, Centrum Transferu Technologii Politechnika Krakowska , Małopolski Oddział Krajowej Izby Doradców Podatkowych		
	Z6.SAD.2	SA/DZG /08	G-1	Współpraca z krakowskimi uczelniami	Prezentacja POP	2016-2022	0,00	cecha PSP	3 500,00	cecha PSP	3 500,00	cecha PSP	#	#	#	#	Kontynuacja we współpracy z krakowskimi uczelniami oraz innymi instytucjami wspierającymi rozwój przedsiębiorczości szerokiej akcji promocyjno-informatycznej dla młodych ludzi w zakresie możliwości zakładania firm w Krakowie. Promowanie Krakowa jako nowoczesnego miasta, które daje możliwości do zakładania własnej firmy przez młodych ludzi. Projekt realizowany przy zaangażowaniu 14 uczelni: 1. Wyższej Szkoły Handlowej w Krakowie, 2. Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie, 3. Szkoły Wyższej im. Bogdana Jańskiego w Krakowie, 4. Krakowskiej Szkoły Wyższej im. Frycza Modrzewskiego, 5. Wyższej Szkoły Ekonomii i Informatyki, 6. Wyższej Szkoły Zarządzania The Polish Open University, 7. Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja w Krakowie, 8. Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica, 9. Akademii Pedagogicznej im. Komisji Edukacji Narodowej, 10. Akademii Ekonomicznej, 11. Akademii Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha, 12. Uniwersytetu Jagiellońskiego, 13. Wyższej Szkoły Europejskiej im. Ks. Józefa Tischnera oraz 14. Małopolskiej Wyższej Szkoły Zawodowej.	X		X			2	3	4	5	6	SA	Główny Urząd Statystyczny (GUS), Zakład Ubezpieczeń Społecznych (ZUS), Centrum Transferu Technologii Akademii Górniczo-Hutniczej W Krakowie, Centrum Transferu Technologii Politechnika Krakowska , Małopolski Oddział Krajowej Izby Doradców Podatkowych		
Zarząd Infrastruktury Sportowej	Z3.ZIS.D2	ZIS/OIS /01	S	Organizacja imprez sportowo-rekreacyjnych	Impreza sportowo-rekreacyjna organizowana przez ZIS	2016-2022	14 573 532,00	cecha PSP	11 965 520,00	cecha PSP	12 878 900,00	cecha PSP	#	#	#	#	Organizacja imprez sportowo-rekreacyjnych, takich jak: Scandia Maraton Long Team, PZU Cracovia Maraton, Memoriał im. Wagnera, Tour de Pologne, PZU Bieg Trzech Kopców, PZU Cracovia Półmaraton Królewski, Krakowski bieg Sylwestrowy, Korona Maratonów Polskich, Królewska Triada Biegowa, Marcin Gortat Camp 2016, mecze żużlowe, Kraków Business Run.	X	X	X				3	4		6	3	ZIS		
Wydział Promocji i Turystyki	Z7.PT.D17	PT/BIZ/ 08	H-1	Realizacja planu działań na rzecz rozwoju turystyki religijnej w Krakowie do 2020 roku	Zrealizowane działanie promocyjne PT/BIZ	2017	#	#	36 860,00	cecha PSP	#	#	#	#	#	#	Promocja oferty turystyki religijnej Krakowa	X	X					3	4		6	PT			