

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	2019	2020	2021	2022	1 - MIESZKAŃCY		2 - TURYSŢI	3 - PRZEDSIĘBIORCY	INNE - JAKIE?	22	23	24	25	26	27				
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	
Biuro Prasowe	Z1.BLD 1	BI/MP/01	D-1	Magiczny Kraków	Ilość wejść na stronę MPI	2016-2022	2034500,00	1684569,00	1550000,00	1550000,00	*	*	*	*	*	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 telewizyjakrakov.pl.	X	X	X		1	2	3	4	5	6	1	BI	KBF (MPI)	
	Z5.BLD 2	BI/MP/02	D-1	Dwutygodnik Miejski KRAKÓW.PL	Wydany dwutygodnik krakow.pl	2016-2022	508100,00	508100,00	700000,00	700000,00	*	*	*	*	*	KRAKÓW.PL to bezpłatny dwutygodnik. Pismo ukazuje się w środy, ma 28 stron i format A4. Nakład pisma to 30000 egzemplarzy. Posiada nr ISSN 1898 - 9039. Ukazuje się od roku 2008. Opisuje bieżące sprawy społeczne i problemy, które umykają mediom mainstreamowym w dobie tabloidyzacji. Mocno angażuje społeczność lokalną w sprawy miasta. Gazeta dystrybuowana jest w kilkunastu salonach prasowych „Kolporter”, w budynkach UMK jednostek miejskich. Rozchodzi się cały nakład. Wersja online (pdf) publikowana jest na www.krakow.pl.	X	X	X		1	2	3	4	5	6	5	BI		
	Z5.BLD 3	BI/MP/03	D-1	Program telewizyjny	Ilość odcinków Krakowskim targiem	2016-2022	#	#	600000,00	600000,00	*	*	*	*	*	Program "Krakowskim targiem" jest wyświetlany w TVP 3. Jest to program zachęcający do aktywnego udziału w najważniejszych sprawach Miasta.	X	X	X		1	2	3	4	5	6	5	BI		
Kancelaria Prezydenta	Z2.KP.D 1	KP/BWK/04	nie dotyczy	Kontakty publiczne/PRZEDSIĘWZIĘCIA ORGANIZOWANE LUB WSPÓŁORGANIZOWANE PRZEZ KP	PRZEDSIĘWZIĘCIA KP/BWK	2016-2022	1104100,00	34440,00	1278900,00	34440,00	*	*	*	*	*	Lekcja Śpiewania (kadrówka i koledowanie).	X	X			1	2	3				2	KP		
	Z2.KP.D 2	KP/BWK/05	nie dotyczy	Kontakty publiczne/PRZEDSIĘWZIĘCIA LEKcja ŚPIEWANIA - ORGANIZOWANE W RAMACH ŚWIĄT PAŃSTWOWYCH	LEKcja ŚPIEWANIA	2016-2022	151750,00	31980,00	140000,00	31980,00	*	*	*	*	*	Lekcja Śpiewania (3 Maja, Święto Niepodległości).	X	X			1	2	3				2	KP		
Wydział Edukacji	Z4.EK.D 1	EK/JPR/10	nie dotyczy	Jakość i Promocja Edukacji/Promocja Edukacji	Zrealizowane przedsięwzięcie/działanie-promocja edukacji	2015-2022	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 Inwestycji	Z4.WP.D1	WP/PMI/19	nie dotyczy	Wspomaganie planowania wydatków inwestycyjnych i monitorowanie realizacji (przygotowanie i budowa) inwestycji (...) / Działania informacyjno-promocyjne dotyczące programu inwestycyjnego	Materiały dotyczące programu inwestycyjnego	2016-2017	39000,00	39000,00	20000,00	20000,00	*	*	*	*	*	Na mapie głównej Inwestycyjnego Planu Miasta prezentowane są niezbędne do wybudowania najważniejsze elementy układu transportowego miasta ze szczególnym uwzględnieniem m. in.: nowych linii tramwajowych, parkingów typu P&R oraz brakujących odcinków III obwodnicy tj. Tras: Zwierzynieckiej, Pychowickiej, Łagiewnickiej, Nowobagrowej i Ciepłowniczej. Publikacja pozwala zlokalizować przyszłe przedsięwzięcia w stosunku do istniejącej zabudowy i aktualnego planu ulic.	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	2019	2020	2021	2022	1 - MIESZKAŃCY		2 - TURYSŤI	3 - PRZEDSIĘBIORCY	INNE - JAKIE?	22	23	24	25	26	27					
							8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		18	19	20	21	22	23	24	25	26	27				28
Wydział Organizacji i Nadzoru	Z5.OR.D 1	OR/RUE /01	nie dotyczy	Rozwój usług w ramach e-administracji świadczonych przez Urząd Miasta Krakowa dla obywateli i biznesu / Promocja projektu	Informacja o projekcie RUE	2016-2019	1001,00	1001,00	0,00	0,00	*	*	#	#	#	Zadanie obejmuje działania dot. promocji projektu w zakresie informowania o dwóch aplikacjach - "Skarb" (planowana na 2017 r., zw. z obsługą wewnętrznej korespondencji w Wydziale Skarbu, planowany druk plakatów) oraz "Portal podatnika" (planowana na 2018 r., planowana szeroka promocja do mieszkańców o możliwości uzyskania informacji podatkowych za pomocą internetu).	X		X		pracownicy UMK i MJO GMK	1		3				6	5	OR	
	Z1.PT.D 1	PT/WPR /01	H-1	WYDAWNICTWA I REALIZACJA PRZEDSIĘWZIĘĆ PROMOCYJNYCH / Realizacja przedsięwzięć promocyjnych i ich promocja	LICZBA UCZESTNIKÓW W IMPREZ/WYDARZEN, KAMPANII PROMOCYJNYCH	2016	1060700,00	1060700,00	#	#	#	#	#	#	#	Organizowanie i współorganizowanie przedsięwzięć promocyjnych skierowanych do mieszkańców i gości przyjezdnych typu: Święto Miasta, Dzień Otwarty Magistratu, Święto Chleba, Dożynki, Festiwal Pierogów, Gala operetkowa, Kolęda w Nowej Hucie; oprac. przewodników po Krakowie skierowanych do turystów.	X	X	X			1	2	3	4	5		1	PT		
	Z8.PT.D 2	PT/MT M/01	H-1	Marketing Turystyczny / Targi i prezentacje	Targi i prezentacje PT/MTM	2016	187000,00	187000,00	#	#	#	#	#	#	#	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.D 3	PT/MT M/02	H-1	Marketing Turystyczny/ Wizyty studyjne dziennikarzy i touroperatorów	Zorganizowana wizyta studyjna	2016	278000,00	278000,00	#	#	#	#	#	#	#	Promocja turystyczna miasta w celu zwiększenia liczby turystów poprzez organizację wizyt studyjnych dziennikarzy.		X			dziennikarze i touroperatorzy	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.D 4 + kontynuacja Z8.PT.D 2	PT/BIZ/ 01	H-1	Promocja turystyki przyjazdowej i biznesowej/Udziały w targach i prezentacjach zagranicznych	Liczba targów, w których wzięli udział pracownicy UMK	2017-2022	160592,00	160592,00	325000,00	325000,00	*	*	*	*	*	Promocja oferty konferencyjnej miasta w celu zwiększenia liczby turystów biznesowych poprzez rozmowy z potencjalnymi organizatorami konferencji oraz promocja turystyczna miasta w celu zwiększenia liczby turystów poprzez organizację i współorganizację targów i prezentacji w kraju i zagranicą.		X	X		organizatorzy kongresów/konferencji/planiści 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.D 5	PT/BIZ/ 02	H-1	Promocja turystyki przyjazdowej i biznesowej / Pozyskiwanie i współorganizacja kongresów	Konferencja współorganizowana przez Miasto	2016-2022	442000,00	442000,00	275000,00	275000,00	*	*	*	*	*	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.D 6 oraz kontynuacja Z8.PT.D 3	PT/BIZ/ 06	H-1	Promocja turystyki przyjazdowej i biznesowej / Organizacja wizyt studyjnych i inspekcyjnych	Zorganizowana wizyta inspekcyjna	2017-2022	#	#	400000,00	400000,00	*	*	*	*	*	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 touroperatorzy	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.D 7	PT/KM M/01	H-1	Kampanie marketingowe Miasta / Promocja wizerunkowa	Kampania	2016-2022	1873000,00	1873000,00	3500000,00	3500000,00	*	*	*	*	*	Zintegrowana kampania wizerunkowo-produktowa skierowana na zewnątrz.		X							3		5	8	PT	MOT, POT, Agencje reklamowe, branża	
	Z4.PT.D 8	PT/KM M/02	H-1	Kampanie marketingowe Miasta / Promocja budżetu obywatelskiego	Kampania	2016-2022	450000,00	450000,00	350000,00	350000,00	*	*	*	*	*	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 promocję)	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (kwota na promocję)	2018	2019	2020	2021	2022	1 - Mieszkańcy		2 - Turysty	3 - Przedsiębiorcy	Inne - Jakieg?	22	23	24	25	26	27				
						8	9	10	11	12	13	14	15	16	18		19	20	21	22	23	24	25	26	27	28			
Z4.PT.D 9	PT/KM M/03	H-1	Kampanie marketingowe Miasta / Promocja Krakowskiej Karty Mieszkańca	Kampania	2017-2022	#	#	350000,00	350000,00	*	*	*	*	*	Kampania zwiększająca lojalność i przywiązanie mieszkańców do miasta - promocja Krakowskiej Karty Mieszkańca.	X					1		3	4	5	6	4	PT	
Z8.PT.D 10	PT/KM M/04	H-1	Kampanie marketingowe Miasta / Promocja internetowa	Kampania	2017-2022	#	#	570000,00	570000,00	*	*	*	*	*	Wzmacnianie wizerunku miasta Krakowa z wykorzystaniem mediów społecznościowych.		X						3		5		8		MOT, POT, Agencje reklamowe, branża
Z1.PT.D 11	PT/DW M/01	H-1	Działania wizerunkowe Miasta / Organizacja i koordynacja działań wizerunkowych Miasta	Projekt	2016-2022	232500,00	232500,00	440000,00	440000,00	*	*	*	*	*	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.D 12	PT/DW M/02	H-1	Działania wizerunkowe Miasta / System identyfikacji wizualnej Miasta	System identyfikacji wizualnej	2016-2022	90000,00	90000,00	560000,00	460000,00	*	*	*	*	*	Aktualizacja logotypu, opracowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta/lifting znaku towarowego GMK, zgodnie z wyznaczonym ESP i pozycjonowaniem, koordynacja i uspołnianie promocji Krakowa w warstwie wizualnej (strażnik marki) - wdrożenie 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.D 13	PT/SIB/05	H-1	Strategie i Badania / Koordynacja badań marketingowych	Raport	2017-2022	#	#	240000,00	240000,00	*	*	*	*	*	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.D 14 (kontynuacja Z1.PT.D 1)	PT/RTS/01	H-1	Polityka wydawnicza	Wydawnictwo informacyjne/promocyjne	2017-2022	27500,00	27500,00	510000,00	510000,00	*	*	*	*	*	Opracowanie wydawnictw promocyjnych o Krakowie.	X	X	X			1	2	3	4	5		1	PT	
Z1.PT.D 15	PT/WPR/03	H-1	WYDAWNICTWA I REALIZACJA PRZEDSIĘWZIĘĆ PROMOCYJNYCH / Gadzety promocyjne	Wydany gadżet promocyjny	2016	70000,00	70000,00	#	#	#	#	#	#	#	Wykonanie gadżetów promocyjnych / Zakup	X	X				1						1	PT	
Z1.PT.D 16 (kontynuacja Z1.PT.D 15)	PT/RTS/06	H-1	Polityka gadżetowa	Gadżet promocyjny	2017-2022	#	#	120000,00	120000,00	*	*	*	*	*	Wykonanie gadżetów promocyjnych / Zakup	X	X				1						1	PT	

	NR PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO		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											
	Nr zadania budżetowego / numer działania						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	2019	2020	2021	2022	1 - MIESZKAŃCY		2 - TURYSŤCI	3 - PRZEDSIĘBIORCY	INNE - JAKIE?	22	23	24	25	26	27	28				29	30									
	2	3					8	9	10	11	12	13	14	15	16	18		19	20	21	22	23	24	25	26	27	28				29	30									
Zarząd Zieleni Miejskiej	Z4.ZZM.D1	ZZM/01.65/16/01	O-1	Aplikacja mobilna "Kraków w zieleni"	brak	2016	35000,00	35000,00	#	#	#	#	#	#	#	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/UKZ/06	O-1	Utrzymanie i konserwacja zieleni / Działania edukacyjno-promocyjne	Impreza edukacyjno-promocyjna organizowana przez ZZM/UKZ	2016-2022	102000,00	102000,00	50000,00	50000,00	*	*	*	*	*	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/01.57/16/01	O-1	Ścieżka edukacyjna w Lesie Mogińskim i w Parku Leśnym Witkowskim	brak	2016-2022	96215,00	96215,00	0,00	0,00	*	*	*	*	*	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													3	4			4	ZZM					
Wydział Rozwoju Miasta	Z6.WR.D1	WR/COI/09	G-1	Obsługa inwestorów / Przygotowanie udziału Krakowa w Europejskim Kongresie Samorządów w roku następnym	Europejski Kongres Samorządów	2016-2022	1500000,00	225000,00	1500000,00	225000,00	*	*	*	*	*	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												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	68000,00	13600,00	206000,00	41200,00	*	*	*	*	*	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/DK1/02	K	Działalność kulturalna instytucji / Organizacja wydarzeń	Zorganizowane wydarzenie KBF	2016-2022	bd	bd	14800000,00	444000,00	*	*	*	*	*	Organizacja przedsięwzięć kulturalnych (festiwal, imprez, eventów takich jak Misteria Paschalia, Opera Rara, Sacrum Profanum, Festiwal Conrada, Festiwal Miłozna, 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	brak	2016	5730000,00	5730000,00	#	#	#	#	#	#	#	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

2) PRZEDSIĘWZIĘCIA POŚREDNIO POWIĄZANE Z PSP (oczekiwany 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	KOOORDYNATOR / REALIZATOR	PARTNERZY
							2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (cecha)	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (cecha)	2018	2019	2020	2021	2022	1 - MIESZKAŃCY		2 - TURYSŤI	3 - PRZEDSIĘBIORCY	INNE - JAKIE?	22	23	24	25	26	27					
							8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28			
Wydział Kultury i Dziedzictwa Narodowego	ZZ.KD.D 1	KD/RWP/03	K-1	Współpraca i wymiana kulturalna. Realizacja własnych projektów	Projekty własne i cykle artystyczne	2016-2022	2645500,00	cecha PSP	2190000,00	cecha PSP	*	*	*	*	*	Pięć akcji promocyjnych w ciągu roku kalendarzowego dotyczących NOCY MUZEÓW, NOCY TEATRÓW, NOCY JAZZU, NOCY POEZJI i NOCY SAKRALNEJ.	X	X	X	społeczności innych miast i krajów świata				4					2	KD	Podmioty działające w sferze kultury w Krakowie
	ZZ.KD.D 2	KD/PKM/06	K-3	Park Kulturowy / Opracowanie planów ochrony i programów zarządzania parkami kulturowymi	Plan ochrony Parku Kulturowego	2016-2022	100000,00	cecha PSP	150000,00	cecha PSP	*	*	*	*	*	Promocja działań miasta na rzecz ochrony zabytkowych obszarów miasta	X	X	X	społeczności innych miast i krajów świata				4			6	2	KD		
	ZZ.KD.D 3	KD/WDK/01	K-2	Wspieranie działalności kulturalnej i artystycznej / Zlecenie realizacji zadań publicznych w dziedzinie kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego w trybie 3-letnich umów	Projekt realizowany w ramach trzyletnich otwartych konkursów ofert w zakresie kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego	2016-2022	10000000,00	cecha PSP	9820000,00	cecha PSP	2100000,00	*	*	*	*	Promocja programów wsparcia krakowskich twórców i artystów.	X	X	X	twórcy, artyści, mecenas				4			6	2	KD		
Wydział Rozwoju Miasta	Z6.WR.D3	WR/MS P/06	G-1	Wspieranie przedsiębiorczości i / Wspieranie wzrostu konkurencyjności i potencjału krakowskich przedsiębiorstw	Zorganizowany konkurs w ramach MSP	2016-2022	1289177,00	cecha PSP	849259,00	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 okotobiznesowe		
ych	Z6.SA.D 1	SA/DZG/04	G-1	Działalność gospodarcza/informacja poszerzona	Informacja udzielona przez POP	2016-2022	0,00	cecha PSP	6000,00	cecha PSP	*	*	*	*	*	Promocja Punktu Obsługi Przedsiębiorcy - jednego 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	

Wydział Spraw Administracyjnych	NR PRZEDSIĘWZIĘCIA PROMOCYJNEGO		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	
	Nr zadania budżetowego / numer działania						2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (cecha)	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (cecha)	2018	2019	2020	2021	2022	1 - MIESZKAŃCY		2 - TURYSŤI	3 - PRZEDSIĘBIORCY	INNE - JAKIE?	22	23	24	25	26	27	28	29				30
	2	3					8	9	10	11	12	13	14	15	16	18		19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29				30
	Z6.SA.D 2	SA/DZG /08	G-1	Działalność gospodarcza / Współpraca z krakowskimi uczelniami	Prezentacja POP	2016-2022	0,00	cecha PSP	3500,00	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 Politechniki Krakowskiej, 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	14444380,00	cecha PSP	10370000,00	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 Buisness Run.	X	X	X				3	4		6	3	ZIS				
Wydział Promocji i Turystyki	Z7.PT.D 17	PT/BIZ/ 08	H-1	Promocja turystyki przyjazdowej i biznesowej/ Marketing i promocja oferty turystyki religijnej	Liczba targów, w których wzięli udział pracownicy UMK	2017-2022	#	#	125000,00	cecha PSP	*	*	*	*	*	Promocja oferty turystyki religijnej Krakowa	X	X						3	4		7	PT				