Załącznik nr 1 do Programu Strategicznego Promocji Miasta Krakowa na lata 2016-2022
Preliminarz i opis przedsięwzięć promocyjnych Krakowa do 2022 roku.

Załącznik nr 1 do Zarządzenia

Stan na 31.12.2021 r.

Uwagi:
w kolumnach nr 7, 9, 11 i 13 podany został całkowity budżet/kwota na dane zadanie/działanie, zgodnie ze STRADOM
w kolumnach 8, 10, 12 i 14 podana została kwota na promocję w ramach całkowitego budżetu na dane zadanie/działanie
*** - oznacza, iż dokładny budżet na dane przedsięwzięcie promocyjne będzie określony w budżecie jednostki po przyjęciu rocznej uchwały budżetowej w dan**
 # - oznacza brak / niekontynuowanie zadania/działania w danym roku budżetowym

3) PRZEDSIĘWZIĘCIA BEZPOŚREDNIO LUB POŚREDNIO POWIĄZANE Z PSP (podpięte lub ocechowane w Stradom) - NIEAKTYWNE

Jednostka	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 (1-6)						ZADANIA PROMOCYJNE (21-28)	KOORDYNATOR /REALIZATOR	PARTNERZY/komentarz
						2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (kwota na promocję) / cecha PSP	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (kwota na promocję) / cecha PSP	2018 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2018 (kwota na promocję) / cecha PSP	2019 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2019 (kwota na promocję) / cecha PSP	2020 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2020 (kwota na promocję)	2021 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2021 (kwota na promocję) / cecha PSP		1 - MIESZKAŃCY	2 - TURYŚCI	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
Biuro Prasowe	BI/MPI/01	D-1	Magiczny Kraków	Ilość wejść na stronę MPI	2016-2018	2194100	1684569	1642000	1642000	1573000	1573000	#	#	#	#	#	#	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)
	BI/MPI/02	D-1	Dwutygodnik Miejski KRAKÓW.PL	Wydany dwutygodnik krakow.pl	2016-2018	508100	508100	700000	700000	999200	999200	#	#	#	#	#	#	KRAKÓW.PL to bezpłatny dwutygodnik. Pismo ukazuje się od 2008 r., ma 28 stron i format A4, nakład 50.000 egzemplarzy. Posiada nr ISSN 1898 - 9039. Opisuje bieżące sprawy społeczne i problemy, mocno angażuje społeczność lokalną w sprawy miasta. Gazeta dystrybuowana jest w kilkunastu salonach prasowych „Kolporter", w budynkach UMK i jednostek miejskich oraz w pięciu punktach na terenie miasta i na ulicach przez kolporterów. Wersja online (pdf) publikowana jest na www.krakow.pl.	X	X	X		1	2	3	4	5	6	5	BI	
	BI/MPI/03	D-1	Program telewizyjny	Ilość odcinków Krakowskim targiem	2017-2018	#	#	763000	763000	838000	838000	#	#	#	#	#	#	Program "Krakowskim targiem", wyświetlany w TVP 3. To program zachęcający do aktywnego udziału w najważniejszych sprawach Miasta, w ramach którego emitowane są różnego rodzaju cykle programów np. "Kraków dodaj do ulubionych".	X	X	X		1	2	3	4	5	6	5	BI	
Wydział Strategii, Planowania i Monitorowania Inwestycji	WP/PMI/19	nie dotyczy	Działania informacyjno-promocyjne dotyczące programu inwestycyjnego	Materiały dotyczące programu inwestycyjnego	2016-2018	35830	35830	120000	120000	258000	258000	#	#	#	#	#	#	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 i 2 - w wydawnictwie zostały zaprezentowane największe i najważniejsze przedsięwzięcia inwestycyjne ostatnich lat zrealizowane przez Gminę Miejską Kraków.	X		X					4		6	4	WP	OPGK w Krakowie Spółka z o.o.
	SI/URB/04	A-1	Promocja projektu	Opracowana informacja, ogłoszenie promujące projekt+	2019	#	#	#	#	#	#	6900	6888 /cecha PSP	#	#	#	#	Projekt URB-INCLUSION stanowił kontynuację projektu USER realizowanego w latach 2013-2015. Polegał na realizacji działań na szczeblu międzynarodowym (spotkania, seminaria, wizyty studyjne itd.) oraz lokalnym (wdrożenie pewnych działań (głównie dotyczących spraw społecznych i wykluczenia społecznego), które zostały wypracowane w ramach projektu USER i zawarte w Lokalnym Planie Działania dla obszaru blokowiska Azory).	X		X					4		6	6	SI	
Wydział Promocji i Turystyki	PT/WPR/01	H-1	Realizacja przedsięwzięć promocyjnych i ich promocja	Liczba uczestników imprez/wydarzeń, kampanii promocyjnych	2016	1214394	1214394	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	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	
	PT/MTM/01	H-1	Marketing Turystyczny / Targi i prezentacje	Targi i prezentacje PT/MTM	2016	184469	184469	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	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
	PT/MTM/02	H-1	Wizyty studyjne dziennikarzy i touroperatorów	Zorganizowana wizyta studyjna	2016	277972	277972	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	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
	PT/BIZ/01	H-1	Udział w targach i prezentacjach zagranicznych	Liczba spotkań przeprowadzonych podczas targów biznesowych	2016-2018	150592	150592	268000	268000	292235	292235	#	#	#	#	#	#	Promocja oferty konferencyjnej miasta w celu zwiększenia liczby turystów biznesowych poprzez rozmowy z potencjalnymi organizatorami konferencji.		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.
	PT/BIZ/02	H-1	Pozyskiwanie i współorganizacja kongresów	Konferencja współorganizowana przez Miasto	2016-2018	433865	433865	243000	243000	424468	424468	#	#	#	#	#	#	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
	PT/BIZ/06	H-1	Organizacja wizyt studyjnych i inspekcyjnych	Zorganizowana wizyta inspekcyjna	2017-2018	#	#	375000	375000 /cecha PSP	120000	120000 /cecha PSP	#	#	#	#	#	#	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
	PT/KMM/01	H-1	Zintegrowane kampanie informacyjno-promocyjne miasta skierowane do wewnątrz	Kampania	2016- 2018	998242	998242	3343329	3343329	2347031	2347031	#	#	#	#	#	#	Zintegrowana kampania wizerunkowo-produktowa skierowana do wewnątrz.	X						3		5		8	PT	
	PT/KMM/02	H-1	Promocja budżetu obywatelskiego	Kampania	2016- 2018	470000	470000	532500	532500	510000	510000	#	#	#	#	#	#	Kampania zwiększająca lojalność i przywiązanie mieszkańców do miasta - kampania budżetu obywatelskiego.	X				1		3	4	5	6	4	PT	Rada Budżetu Obywatelskiego
	PT/KMM/03	H-1	Promocja Krakowskiej Karty Mieszkańca	Kampania	2017	#	#	585500	585500	#	#	#	#	#	#	#	#	Kampania zwiększająca lojalność i przywiązanie mieszkańców do miasta - promocja Krakowskiej Karty Mieszkańca.	X				1		3	4	5	6	4	PT	
	PT/KMM/04	H-1	Zintegrowane kampanie informacyjno-promocyjne skierowane na zewnątrz	Kampania	2017-2018	#	#	472000	472000	150000	150000	#	#	#	#	#	#	Wzmacnianie wizerunku miasta Krakowa z wykorzystaniem mediów społecznościowych.		X					3		5		8	PT	MOT, POT, Agencje reklamowe, branża
	PT/KMM/05	H-1	Organizacja marketingu Miasta	Działania promocyjne	2017-2018	#	#	124880	124880	130000	130000	#	#	#	#	#	#	Organizowanie i współorganizowanie przedsięwzięć promocyjnych.	X	X			1		3	4	5	6	4	PT	
	PT/KMM/06	H-1	Kampanie marketingowe miasta (promocja gminy miejskiej Kraków na rynku amerykańskim - USA)	Kampania	2017-2018	#	#	40000	bd	0	0	#	#	#	#	#	#	Promocja gminy miejskiej Kraków na rynku amerykańskim - USA.		X	X		1		3	4	5	6	4	PT	
	PT/PKK/01	H-1	Promocja Karty Krakowskiej	Kampania	2018	#	#	#	#	600000	600000	#	#	#	#	#	#	Kampania zwiększająca lojalność i przywiązanie mieszkańców do miasta - promocja Krakowskiej Karty Mieszkańca.	X				1		3	4	5	6	4	PT	
	PT/PKK/02	H-1	Realizacja projektu Karty Krakowskiej	Projekt	2018	#	#	#	#	2097519	0	#	#	#	#	#	#	Realizacja Krakowskiej Karty Krakowskiej.	X				1		3	4	5	6	4	PT	
	PT/DWM/01	H-1	Organizacja i koordynacja działań wizerunkowych Miasta	Projekt	2016-2018	228051	228051	497090	497090	2485448	2485448	#	#	#	#	#	#	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

3) PRZEDSIĘWZIĘCIA BEZPOŚREDNIO LUB POŚREDNIO POWIĄZANE Z PSP (podpięte lub ocechowane w Stradom) - NIEAKTYWNE

Jednostka	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 (1-6)						ZADANIA PROMOCYJNE (21-28)	KOORDYNATOR /REALIZATOR	PARTNERZY/komentarz
						2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (kwota na promocję) / cecha PSP	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (kwota na promocję) / cecha PSP	2018 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2018 (kwota na promocję) / cecha PSP	2019 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2019 (kwota na promocję) / cecha PSP	2020 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2020 (kwota na promocję)	2021 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2021 (kwota na promocję) / cecha PSP		1 - MIESZKAŃCY	2 - TURYŚCI	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
	PT/DWM/02	H-1	System Identyfikacji Wizualnej Miasta	System identyfikacji wizualnej	2016-2018	8500	8500	151960	151960	142000	142000	#	#	#	#	#	#	Aktualizacja logotypu, opracowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta/lifting znaku towarowego GMK, zgodnie z wyznaczonym ESP i pozycjonowaniem, koordynacja i uspójnianie 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
	PT/SIB/05	H-1	Strategie i Badania / Koordynacja badań marketingowych	Raport	2017	#	#	19668	19668	#	#	#	#	#	#	#	#	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 Urzędu Miasta Krakowa, MOT, POT, agencje badań marketingowych.
	PT/RTS/01	H-1	Polityka wydawnicza	Wydawnictwo informacyjne/ promocyjne	2016-2018	13800	13800	385470	385470	187800	187800	#	#	#	#	#	#	Opracowanie wydawnictw promocyjnych o Krakowie.	X	X	X		1	2	3	4	5		1	PT	
	PT/WPR/03	H-1	Gadżety promocyjne	Wydany gadżet promocyjny	2016	68205	68205	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	Wykonanie i zakup gadżetów promocyjnych.	X	X			1						1	PT	
	PT/RTS/06	H-1	Polityka gadżetowa	Gadżet promocyjny	2017	#	#	120000	120000	#	#	#	#	#	#	#	#	Wykonanie i zakup gadżetów promocyjnych.	X	X			1						1	PT	
	PT/BIZ/08	H-1	Realizacja planu działań na rzecz rozwoju turystyki religijnej w Krakowie do 2020 roku	Zrealizowane działanie promocyjne PT/BIZ	2017	#	#	36860	cecha PSP	#	#	#	#	#	#	#	#	Promocja oferty turystyki religijnej Krakowa.	X	X					3	4			6	PT	
Zarząd Zieleni Miejskiej	ZZM/O1.65/16/01	O-1	Aplikacja mobilna "Kraków w zieleni"	brak	2016	35000	35000	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	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	
	ZZM/O1.57/16/01	O-1	Ścieżka edukacyjna w Lesie Mogilskim i w Parku Leśnym Witkowickim	brak	2016	96215	96215	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	Ścieżka edukacyjna w Parku Leśnym Witkowice. 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	
	ZZM/O1.73/17/01		Projekt UGB - WITKOWICE GLL	Wybudowana infrastruktura rekreacyjna w parku leśnym witkowickim	2017-2018	#	#	22500	0	67783	0	#	#	#	#	#	#		X	X											
	ZZM/UGB/01	O-1	Realizacja Projektu UGB - Witkowice GLL	Zrealizowany i rozliczony projekt UGB WITKOWICE GLL	2016-2019	48351	0	146130	0	139400	0	59571	0	#	#	#	#	Realizacja Projektu UGB - Witkowice GLL	X	X				2	3	4	5	6	5	ZZM	
Wydział Rozwoju Miasta	WR/COI/09	G-1	Przygotowanie udziału Krakowa w Europejskim Kongresie Samorządów w roku następnym	Europejski Kongres Samorządów	2016-2018	1500000	225000	1500000	225000	2000000	300000	#	#	#	#	#	#	Przygotowanie udziału Krakowa w Europejskim Kongresie Samorządów w roku następnym. Cel: promocja Krakowa jako Miasta Gospodarza międzynarodowego 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 oraz elit regionalnych, przedst. admini. państwowej, świata biznesu, kultury, NGO, mediów.		2		4			6	WR	Fundacja Instytut Studiów Wschodnich
	WR/MSP/06	G-1	Wspieranie wzrostu konkurencyjności i potencjału krakowskich przedsiebiorstw	Zorganizowane wsparcie przedsiębiorczości	2016-2018	1126927	cecha PSP	1952498	cecha PSP	1584299	cecha PSP	#	#	#	#	#	#	Platforma współpracy na rzecz rozwoju startupów, branż kreatywnych i innowacyjnych w Krakowie - wspieranie i promocja inicjatyw i imprez, tworzenie sieci współpracy. Promocja 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
	WR/KOS/06	D-1	Promocja partycypacji i konsultacji społecznych wśród mieszkańców	Działania promujące ideę partycypacji społecznej	2016-2018	31000	13600	199100	41620	74100	50000	#	#	#	#	#	#	Promocja spotkań konsultacyjnych zlecanych MCD przez inne wydziały. Głównym celem jest promowanie konsultacji i partycypacji obywatelskiej.	X							4	5	6	5	MCD	Wydział zlecający konsultacje
Zarząd Infrastruktury Sportowej	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	5730000	5730000	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	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
	ZIS/MES/01	nie dotyczy	Działania promocyjne poprzez organizację Mistrzostwa Europy w Piłce Siatkowej EURO 2017	Mistrzostwa europy w piłce siatkowej Euro 2017+	2017	#	#	5927735	5927735	#	#	#	#	#	#	#	#	CEV Mistrzostwa Europy w Piłce Siatkowej Mężczyzn Polska 2017, które odbyły się w Polsce dniach 25.08-03.09.2017 roku. Miasto Kraków było jednym z miast gospodarzy imprezy, mecze I fazy, II fazy, mecze półfinałowe i mecz finałowy Mistrzostw Europy 2017 zostały rozegrane w Tauron Arenie.	X	X	X	X			3	4		6	3	ZIS	Gmina Miejska Kraków, ZIS, Tauron Arena Kraków, Polski Związek Piłki Siatkowej
Krakowskie Biuro Festiwalowe	KBF/DKI/02	K-2	Organizacja wydarzeń	Zorganizowane wydarzenie KBF	2016-2018	bd	bd	11042500	331275	12000000	480000	#	#	#	#	#	#	Organizacja przedsięwzięć kulturalnych (festiwali, 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
Wydział Organizacji i Nadzoru	OR/RUE/01	nie dotyczy	Promocja projektu	Komunikaty promocyjne o projekcie RUE+	2016-2019	1001	1001	0	0	0	0	0	0	#	#	#	#	Zadanie obejmuje działania dot. promocji projektu RUE.	X		X	pracownicy UMK i MJO GMK	1		3			6	5	OR	
Wydział ds. Przedsiębiorczości i Innowacji	PI/COI/05	G-1	Przygotowanie udziału Krakowa w Europejskim Kongresie Samorządów w roku następnym	Europejski Kongres Samorządów	2019	#	#	#	#	#	#	1760000	300000	#	#	#	#	Europejski Kongres Samorządów (EKS).	X		X	liderzy samorządów oraz elit regionalnych, przedst. admini. państwowej, świata biznesu, kultury, NGO, mediów						6	4	PI	Fundacja Instytut Studiów Wschodnich
	PI/COI/04	G-1	Współpraca ze środowiskim naukowo-akademickim	Przedsięwzięcia we współpracy ze środ. nauk-akad. +	2019	#	#	#	#	#	#	594600	370000 /cecha PSP	#	#	#	#	PAUza Akademicka, udział w przedsięwzięciu planowany jest w cyklu rocznym - w zależności od możliwości budżetowych. Krakowskie Konferencje Naukowe	X		X	środowisko naukowo-akademickie						6	4	PI	
i Zdrowia	SZ/KKR/08	W-2	Informator Krakowskiej Rodziny	Informator krakowskiej rodziny SZ/KKR +	2019	#	#	#	#	#	#	201750	cecha PSP	#	#	#	#	Informator krakowskiej rodziny.	X									4	4	SZ	
	SZ/WIS/02	D-1	Realizacja wydarzeń i projektów	Działania w zakresie wspierania inicjatyw społecznych SZ/WIS +	2019	#	#	#	#	#	#	221090	12350 /cecha PSP	#	#	#	#	Filantrop Krakowa, akcja społeczna "Podzielmy się ciepłem".	X			organizacje pozarządowe						4	4	SZ	
	SZ/WIS/05	D-1	Obsługa i finansowanie projektu FIO - Małopolska lokalnie	Gala FIO +	2019	#	#	#	#	#	#	70350	70350 /cecha PSP	#	#	#	#	FIO Małopolska Lokalnie	X			organizacje pozarządowe		3				6	4	SZ	Fundacja Biuro Inicjatyw Społecznych
	SZ/PMK/01	W-2	Młodzieżowe Forum Edukacji Obywatelskiej	Działanie w obszarze młodzieżowego forum edukacji obywatelskiej SZ/PMK +	2019	#	#	#	#	#	#	415100	cecha PSP	#	#	#	#	Działania promocyjne w ramach programu aktywnego uczestnictwa młodzieży w życiu miasta „Młody Kraków 2.0”	X									4	4	SZ	

3) PRZEDSIĘWZIĘCIA BEZPOŚREDNIO LUB POŚREDNIO POWIĄZANE Z PSP (podpięte lub ocechowane w Stradom) - NIEAKTYWNE

Jednostka	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 (1-6)						ZADANIA PROMOCYJNE (21-28)	KOORDYNATOR /REALIZATOR	PARTNERZY/komentarz
						2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (kwota na promocję) / cecha PSP	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (kwota na promocję) / cecha PSP	2018 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2018 (kwota na promocję) / cecha PSP	2019 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2019 (kwota na promocję) / cecha PSP	2020 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2020 (kwota na promocję)	2021 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2021 (kwota na promocję) / cecha PSP		1 - MIESZKAŃCY	2 - TURYŚCI	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
Wydział Polityki Społecznej	SZ/PMK/02	W-2	System wsparcia dzieci i młodzieży	Działanie w obszarze systemu wsparcia dzieci i młodzieży SZ/PMK +	2019	#	#	#	#	#	#	80000	36223,50/cecha PSP	#	#	#	#	JULIADA	X									4	4	SZ	
	SZ/PIO/02	W-1 oraz W-2	Wydatki na usługi związane z promocją i wydarzeniami	Zorganizowana impreza SZ/PIO +	2019	#	#	#	#	#	#	1315157	229156,58/cecha PSP	#	#	#	#	Wykonanie i zakup systemu wyst. m.in.: nośniki pneumatyczne, systemy wystwiennicze, bannery, ścianki, materiały promocyjne, gadżety, reklama outdoorowa, prasa etc.	X			NGO, spółki miejskie, partnerzy prywatni								SZ	
	SZ/SEN/01	W-1	Edukacja osób starszych	Działania w ramach programu Pasjos w zakresie edukacji osób starszych SZ/SEN +	2019-2022	#	#	#	#	#	#	49070	cecha PSP	28062	cecha PSP	#	#	Działania w ramach Programu Aktywności Społecznej i Integracji Osób Starszych PASIOS; działania w ramach Krakowskiego Centrum Seniora, konferencja w ramach edukacji osób starszych, prowadzenie portalu oraz informator dla seniora.	X									4	4	SZ	
	SZ/SEN/02	W-1	Aktywny i zdrowy tryb życia	Działania w ramach programu Pasjos w zakresie aktywności sportowej seniorów SZ/SEN +	2019-2022	#	#	#	#	#	#	7000	cecha PSP	0	cecha PSP	#	#	Miejsca przyjazne seniorom, Sportowa Akademia Seniora.	X									4	4	SZ	
	SZ/SEN/03	W-1	Programy pomocowe seniorów	Przyjęte zgłoszenie złota rączka SZ/SEN +	2019-2022	#	#	#	#	#	#	0	cecha PSP	0	cecha PSP	#	#	Projekt Złota Rączka.	X										4	SZ	
Wydział ds. Jakości Powietrza	JP/ROP/01	0-3	Edukacja i informacja w zakresie ochrony powietrza	Wydarzenie związane z ochroną powietrza+	2019	#						1166346	70000 /cecha PSP	#	#	#	#	Pikniki promujące odnawialne źródła energii. Kampania promująca odnawialne źródła energii	X	X						3			6	JP	
													10000 /cecha PSP		#	#	#	Usługa organizacji, wyposażenia i obsługi stoiska Wydziału ds. Jakości Powietrza, w czasie wydarzeń promujących działania proekologiczne Gminy Miejskiej Kraków: pikniku ekologicznego organizowanego w dniu 1.09.2019 r. w parku Krakowskim oraz wydarzenia pn. Wielka Lekcja Ekologii w dniu 7.10.2019 r. w Tauron Arenie Kraków. Organizacja stoiska wystawienniczego wydziału podczas wydarzeń plenerowych, w tym zapewnienie i wyposażenie namiotów, zapewnienie obsługi animatorskiej, przeprowadzenie warsztatów edukacyjnych dla uczestników wydarzeń plenerowych, zapewnienie drobnych gadżetów promocyjnych dla uczestników, wykonanie dok. fotograficznej, transport wyposażenia z i do siedziby JP, przeprowadzenie działań informacyjnych w postaci ulotek, plakatów, artykułu partnerskiego.	X	X					3			6	4	JP	
													150000 /cecha PSP		#	#	#	Zakup pakietu usług promocyjnych w związku z realizacją konkursu Smogathon.				uczestnicy konkursu, w tym również obcokrajowcy			3			6	4	JP	
													10000 /cecha PSP		#	#	#	Cykl spotkań i prelekcji dla mieszkańców "Centrum Czystego Powietrza".	X	X					3			6	4	JP	
													19900 /cecha PSP		#	#	#	Zaprojektowanie, wykonanie i dostawa materiałów promocyjnych na potrzeby realizacji bieżących zadań przez Wydział ds. Jakości Powietrza Urzędu Miasta Krakowa.	X	X					3			6	4	JP	
													20000 /cecha PSP		#	#	#	Przeprowadzenie warsztatów ekologicznych z zakresu ochrony powietrza pn. „Kapitan Powietrze i Misja Edukacja" w placówkach edukacyjnych z obszaru Nowej Huty uczestniczących w projekcie edukacyjnym „Słoneczna InteGRAcja".	X	X					3			6	4	JP	
													148685 /cecha PSP		#	#	#	Kampania edukacyjno-informacyjna "TAK! Dla czystego powietrza".	X	X					3			6	4	JP	
													106 887 /cecha PSP		#	#	#	Usługa druku i dystrybucji materiałów przygotowanych przez Zamawiającego: listu do mieszkańców, plakatu typu citylight, dystrybucji materiałów informacyjno – promocyjnych dotyczących Programu Termomodernizacji i Odnawialnych Źródeł Energii oraz druku trzech tablic informacyjnych.	X	X					3			6	4	JP	
													17555 /cecha PSP		#	#	#	Opracowanie koncepcji graficznej na potrzeby realizacji kampanii informującej o wejściu w życiu zakazu stosowania paliw stałych na terenie Gminy Miejskiej Kraków, w tym opracowanie zasad używania key visual dla działań promocyjnych realizowanych w ramach Kampanii oraz opracowanie projektów graficznych dla potrzeb prowadzenia Kampanii.	X	X					3			6	4	JP	
													59778 /cecha PSP		#	#	#	Zakup powierzchni reklamowej typu outdoor wraz z ekspozycją, zakup mediów oraz druk materiałów poligraficznych, według wskazanych poniżej wytycznych, na potrzeby realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej pn. „Bądźmy razem w walce o czyste powietrze dla Krakowa" 1) Działania outdoorowe: a) druk, montaż/demontaż i zakup powierzchni (ekspozycja) reklamy kampanijnej na nośnikach typu billboard, format: 5,04x2,38 m – ilość 20 szt., w terminie od 1.06.2019 do 15.06.2019 r.; b) druk, montaż/demontaż i zakup powierzchni (ekspozycja) reklamy kampanijnej na nośnikach typu citylight format: 1,2x1,8 m – ilość 50 szt., w terminie od 1.06.2019 do 15.06.2019 r.; c) druk, montaż/demontaż i zakup powierzchni (ekspozycja) reklamy kampanijnej (plakaty w formacie B1) na nośnikach typu słup reklamowy, znajdujących się na terenie Miasta Krakowa – ilość 420 szt . w terminie od 11.06.2019 do 30.06.2019 r.; 2) Zakup i publikacja 2 reklam typu half page w czwartkowym, lokalnym wydaniu dziennika ogólnopolskiego Fakt w terminach: 6.06.2019 r. i 13.06.2019 r. ;	X	X					3			6	4	JP	
Wydział Komunikacji Społecznej	KS/KMM/05	H-1	Promocja Europejskiej Stolicy Kultury Gastronomicznej	Działania promocyjne	2019	#	#	#	#	#	#	149800	149800	#	#	#	#	Organizowanie i współorganizowanie przedsięwzięć promocyjnych zw. z ESKG.	X	X	X		1		3	4	5	6	8	KS	
	KS/PKK/01	H-1	Promocja Karty Krakowskiej	Kampania	2019	#	#	#	#	#	#	297300	297300	#	#	#	#	Kampania zwiększająca lojalność i przywiązanie mieszkańców do miasta - promocja Krakowskiej Karty Mieszkańca.	X				1		3	4	5	6	4	KS	realizacja przekazana do SZ
	KS/PKK/02	H-1	Realizacja projektu Karty Krakowskiej	Projekt	2019	#	#	#	#	#	#	551300	0	#	#	#	#	Realizacja Krakowskiej Karty Krakowskiej.	X				1		3	4	5	6	4	KS	
	KS/KMM/03	H-1	Zintegrowane kampanie informacyjno-promocyjne skierowane na zewnątrz	Kampania	2019	#	#	#	#	#	#	61460	61460	#	#	#	#	Wzmacnianie wizerunku miasta Krakowa z wykorzystaniem mediów społecznościowych.		X					3		5		8	KS	MOT, POT, Agencje reklamowe, branża
	KS/KMM/04	H-1	Organizacja marketingu Miasta	Działania promocyjne	2019	#	#	#	#	#	#	41000	41000	#	#	#	#	Organizowanie i współorganizowanie przedsięwzięć promocyjnych.	X	X			1		3	4	5	6	8	KS	
	KS/INF/02	H-1	Przygotowanie serwisów dla dziennikarzy	Serwis dla dziennikarzy	2019	#	#	#	#	#	#	0	0	#	#	#	#	Przygotowanie serwisów dla dziennikarzy.	X	X	X		1	2					1	KS	
	KS/KMM/01	H-1	Kampanie informacyjno-promocyjne miasta	Kampania	2019- 2020	#	#	#	#	#	#	1427140	1427140	12456200	12456200	#	#	Zintegrowana kampania wizerunkowo-produktowa skierowana do wewnątrz.	X						3		5		8	KS	od 2021 nowe zadanie KIM/01
	KS/KMM/02	H-1	Promocja budżetu obywatelskiego	Kampania	2019- 2020	#	#	#	#	#	#	492400	492400	445500	445500	#	#	Kampania zwiększająca lojalność i przywiązanie mieszkańców do miasta - kampania budżetu obywatelskiego.	X				1		3	4	5	6	4	KS	od 2021 nowe zadanie KIM/02
Wydział Spraw Administracyjnych	SA/DZG/04	G-1	Informacja poszerzona	Informacja poszerzona	2016- 2020	0	cecha PSP	6000	cecha PSP	6000	cecha PSP	6000	cecha PSP	5200	5200 /cecha PSP	#	#	Kontynuacja umowy na utrzymanie aplikacji Wirtualny Urzędnik na kolejny rok. Wirtualny Urzędnik (WU) to nowoczesne i innowacyjne narzędzie, wykorzystujące sztuczną inteligencję, pozwalające na intuicyjne wyszukiwanie informacji z zakresu obsługi przedsiębiorcy czy też zakładania własnej działalności gospodarczej. Dodatkowo baza wiedzy Wirtualnego Urzędnika została poszerzona o inne ważne zagadnienia dla mieszkańców Krakowa, niekoniecznie przedsiębiorców. Znajdziemy tu informacje z zakresu większości procedur realizowanych przez Urząd Miasta Krakowa i inne miejskie jednostki organizacyjne. WU jest osadzony na portalu Biznes i Nauka w Krakowie.	X		X			2	3	4	5		6	SA	przekazane do PI od 2021, w tabeli przeniesione do zadań nieaktywnych w 2021
	SA/DZG/08	G-1	Współpraca z krakowskimi uczelniami	Prezentacja POP	2016- 2020	0	cecha PSP	3500	cecha PSP	3500	cecha PSP	3500	cecha PSP	4800	4800 /cecha PSP	#	#	Kontynuacja we współpracy z krakowskimi uczelniami oraz innymi instytucjami wspierającymi rozwój przedsiębiorczości szerokiej akcji promocyjno-informacyjnej 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.	X		X			2	3	4	5		6	SA	przekazane do PI od 2021, w tabeli przeniesione do zadań nieaktywnych w 2021

3) PRZEDSIĘWZIĘCIA BEZPOŚREDNIO LUB POŚREDNIO POWIĄZANE Z PSP (podpięte lub ocechowane w Stradom) - NIEAKTYWNE

Jednostka	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 (1-6)						ZADANIA PROMOCYJNE (21-28)	KOORDYNATOR /REALIZATOR	PARTNERZY/komentarz
						2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2016 (kwota na promocję) / cecha PSP	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2017 (kwota na promocję) / cecha PSP	2018 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2018 (kwota na promocję) / cecha PSP	2019 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2019 (kwota na promocję) / cecha PSP	2020 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2020 (kwota na promocję)	2021 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	2021 (kwota na promocję) / cecha PSP		1 - MIESZKAŃCY	2 - TURYŚCI	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
Wydział ds. Turystyki	WT/RTS/05	H-3	Europejska Stolica Kultury Gastronomicznej	Wydarzenie zwiazane z europejska stolicą kultury gastronomicznej	2019	#	#	#	#	#	#	800000	200000 /cecha PSP	#	#	#	#	Europejska Stolica Kultury Gastronomicznej Kraków 2019 - projekt którego celem jest promocja Krakowa przez dziedzictwo kulinarne.	X	X	X	branża gastronomiczna			3	4	5		2	WT	Krakowskie Biuro Festiwalowe, Restauracje Które wprowdziły Krakowskie menu stołeczne element projektu ESKG Kraków 2019
	WT/RTS/01	H2	Polityka wydawnicza	Wydawnictwo promocyjne/ informacyjne	2019-2022	#	#	#	#	#	#	122295	122295	115000	115000	#	#	Opracowanie wydawnictw promocyjnych o Krakowie.	X	X	X		1	2	3	4	5		1	WT	
	WT/RTS/04	H-3	Konferencja Miast Historycznych	Konferencja Miast Historycznych	2019-2022	#	#	#	#	#	#	8000	8000 /cecha PSP	0	cecha PSP	#	#	Konferencja Miasta Historyczne 3.0 - W poszukiwaniu turysty premium - konferencja odbywająca się co drugi rok, której celem jest wymiana doświadczeń z innymi miastami historycznymi.	X	X	X					4			8	WT	
	WT/RTS/03	H-3	Realizacja Strategii Rozwoju Turystyki w Krakowie	Wykonany projekt z zakresu badań przewidzianych w strategii rozwoju turystyki w Krakowie +	2019-2022	#	#	#	#	#	#	1482670	cecha PSP	2489000	274550,69/cecha PSP	#	#	Zrealizowane projekty: Europejska Stolica Kultury Gastronomicznej; Kampanie promocyjne; Pasieka Kraków; Udział w zagranicznych targach turystycznych; Wizyty dziennikarzy zagranicznych i touroperatorów; IV Krakowski Kongres Turystyki Medycznej.	X	X	X					4			8	WT	restauracje, producenci żywności; KS, MOT; Zrzeszenie Pszczelarzy, ZZM; POT, MOT; MOT, instytucje kultury; Krakowskie Biuro Festiwalowe, Małopolska Organizacja Turystyczna, Krakowska Izba Turystyki
	WT/BIZ/02	H2	Pozyskiwanie i współorganizacja kongresów	Konferencja pozyskana dla Krakowa +	2019-2022	#	#	#	#	#	#	450000	349653	50000	45774,14/cecha PSP	#	#	Współorganizacja konferencji o strategicznym znaczeniu dla miasta. W ramach projektu Biuro Kongresów podejmuje się współorganizowania konferencji pozyskanych dla Krakowa i mających dla miasta duże znaczenie ze względu na branżę, stopień umiędzynarodowienia, czas trwania, liczbę delegatów etc. W ramach współorganizacji Biuro Kongresów realizuje ustalone działania, wykorzystując ww. konferencje do promowania Krakowa.	X	X	X					4			8	WT	
	WT/BIZ/01	H2	Udział w targach turystyki biznesowej i prezentacjach	Liczba spotkań przeprowadzonych podczastargów biznesowych +	2019-2022	#	#	#	#	#	#	300000	300000	108000	21 774,87/cecha PSP	#	#	Udział w targach turystyki biznesowej i prezentacjach. W ramach projektu Miasto Kraków prezentuje się podczas zagranicznych targów turystyki biznesowej oraz spotkań F2F jako miejsce organizacji kongresów i konferencji. W ramach targów wynajmowana jest powierzchnia wystawiennicza / stolik do rozmów, często powierzchnia oklejona jest identyfikacją Krakowa (zdjęcia, logotypy), dla uczestników rozmów przygotowane są drobne gadżety i wydawnictwa promocyjne.	X	X	X					4			8	WT	
	WT/ SFC/01	H2	Slow Food CE	Strefa Slow Food +	2019-2022	#	#	#	#	#	#	398250	90000 /cecha PSP	186994	cecha PSP	#	#	SLOW FOOD - CE - wdrożenie działań pilotażowych polegających na stworzeniu stref sloowfood na terenie Krakowa.	X	X	X					4			8	WT	