Додаток 1

до рішення Сумської міської ради «Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки (зі змінами)»

 від 29 травня 2019 року № \_\_\_\_-МР

**Напрями діяльності, завдання та заходи міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№****з/п** | **Пріоритетні завдання** | **Заходи** | **Строк вико-нання заходу** | **Виконавці** | **Джерела фінансу-вання** | **Орієнтовні обсяги фінансування (вартість), тис. грн., у т.ч.** | **Очікуваний результат** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** |
| **Підпрограма 2. Формування позитивного сприйняття міста Суми** |
| 2.1. | Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми | 2.1.9. Розробка комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган)2.1.10. Розробка візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація2.1.11. Розробка логотипу міста та правил його використання2.1.12. Розробка бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю) | 2019 – 2021 роки | Департамент фінансів, економіки та інвестицій Сумської міської ради, виконавчий комітет Сумської міської ради(відділ бухгалтерського обліку та звітності, відділ «Проектний офіс»), КУ «Агенція промоції «Суми» | Міський бюджет | 2019 рік – 1160,1;2020 рік – 293,5;2021 рік – 309,6 | 1. Розробка Стратегії розвитку міста Суми до 2027 року.2 .Підтвердження ступеня інвестиційної привабливості міста Суми3. Формування іміджу м.Суми, як інвестиційно привабливого міста, шляхом поширення інформації про його науковий, економічний та інвестиційний потенціал в Україні та за її межами.4. Розробка та впровадження промоційного логотипу міста Суми та розробка бренд-буку.5. Розробка бренду міста |

Сумський міський голова              О.М. Лисенко

Виконавець: Кубрак О.М.

 Додаток 2

до рішення Сумської міської ради «Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки (зі змінами)»

 від 29 травня 2019 року № \_\_\_\_-МР

**Перелік завдань міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Мета, завдання** | **Джерела фінансу-вання** | **2019 рік (проект)** | **2020 рік (прогноз)** | **2021 рік (прогноз)** | **Відповідальні виконавці** |
| **Обсяг витрат** | **у тому числі****кошти міського бюджету** | **Обсяг витрат** | **у тому числі кошти міського бюджету** | **Обсяг витрат** | **у тому числі кошти міського бюджету** |  |
| **Загальний фонд** | **Спеціальний фонд** | **Загальний фонд** | **Спеціальний фонд** |  | **Загальний фонд** | **Спеціальний фонд** |  |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| **Всього на виконання Програми** | **Міський бюджет** | **9 057,1** | **8 846,1** | **211,0** | **8 775,0** | **8 573,9** | **201,1** | **9 306,8** | **9 094,6** | **212,2** |  |
| **Підпрограма 2. Формування позитивного сприйняття міста Суми** |
| **Всього на виконання** **підпрограми 2, тис.грн.** | **Міський бюджет** |  **2868,8** | **2 842,8** | **26,0** | **2 119,8** | **2 119,8** |  | **2 286,8** | **2 286,8** |  |  |
|  **КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов’язані з економічною діяльністю»** |
| **Завдання 2.1.** Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми | **Міський бюджет** | **1160,1** | **1134,1** | **26,0** | **293,5** | **293,5** |  | **309,6** | **309,6** |  |  |
| 2.1.9. Розробка комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган) | Міський бюджет | 160,0 | 160,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - | Виконавчий комітет Сумської міської ради ( відділ бухгалтерського обліку та звітності, управління стратегічного розвитку міста) |
| 2.1.10. Розробка візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація | Міський бюджет | 120,0 | 120,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - |  |
| 2.1.11. Розробка логотипу міста та правил його використання | Міський бюджет | 68,0 | 68,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - |  |
| 2.1.12. Розробка бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю) | Міський бюджет | 192,0 | 192,0 | **-** | **-** | **-** | **-** | - | - | - |  |

Сумський міський голова              О.М. Лисенко

+

Виконавець: Кубрак О.М.

Додаток 3

до рішення Сумської міської ради «Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки (зі змінами)»

 від 29 травня 2019 року № \_\_\_\_-МР

**Результативні показники виконання завдань міської Програми «Відкритий інформаційний простір м. Суми» на 2019-2021 роки**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Відповідальні виконавці, КТКВК/КПКВК, завдання програми, результативні показники** | **2019 рік (проект)** | **2020 рік (прогноз)** | **2021 рік (прогноз)** |
| **Разом** | **в тому числі** | **Разом** | **в тому числі** | **Разом** | **в тому числі** |
| **Загальний****фонд** | **Спеціальний****фонд** | **Загальний****фонд** | **Спеціальний****фонд** | **Загальний****фонд** | **Спеціальний****фонд** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |
| **Всього на виконання Програми, тис. грн.** | **8 849,5** | **8638,5** | **211,0** | **8612,6** | **8411,5** | **201,1** | **9136,9** | **8924,7** | **212,2** |
| **Всього на виконання підпрограми 2, тис. грн.** |  **2868,8** | **2 802,8** | **26,0** | **2 119,8** | **2 119,8** | **-** | **2 286,8** | **2 286,8** | **-** |
| **КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов’язані з економічною діяльністю»** |
| ***Завдання 2.1. Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми*** | ***1160,1*** | ***1134,1*** | ***26,0*** | ***293,5*** | ***293,5*** | ***-*** | ***309,6*** | ***309,6*** | ***-*** |
| ***2.1.9. Розробка комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган)*** | 160,0 | 160,0 | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | ***-*** | **-** |
| ***2.1.10. Розробка візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація*** | 120,0 | 120,0 |  |  |  |  |  |  |  |
| ***2.1.11. Розробка логотипу міста та правил його використання*** | 68,0 | 68,0 |  |  |  |  |  |  |  |
| ***2.1.12. Розробка бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю)*** | 192,0 | 192,0 |  |  |  |  |  |  |  |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Обсяг видатків на розробку комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган); | 160,0 | 160,0 | - | - | - | - | - | - | - |
| Обсяг видатків на розробку візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація; | 120,0 | 120,0 | - | - | - | - | - | - | - |
| Обсяг видатків на розробку логотипу міста та правил його використання; | 68,0 | 68,0 | - | - | - | - | - | - | - |
| Обсяг видатків на розробку бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю) | 192,0 | 192,0 | - | - | - | - | - | - | - |
| Кількість розроблених документів, од. | 4 | 4 | - | - | - | - | - | - | - |
| Кількість промоційних заходів, од. | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Середня вартість розробки одного документу, грн. | 136666,66 | 136666,66 | - | - | - | - | - | - | - |

Сумський міський голова              О.М. Лисенко

+

Виконавець: Кубрак О.М.

**Порівняльна таблиця**

**до проекту рішення Сумської міської ради «Про внесення змін до рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний простір м.Суми**» **на 2019-2021 роки»**

 тис. грн.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Чинна редакція** | **Запропоновані зміни** | **Додатковий обсяг коштів на 2019 рік** |
| **Обсяг коштів на 2019 рік** | **Найменування завдань Підпрограми** | **Обсяг коштів на 2019 рік** | **Найменування завдань Підпрограми** |
| Підпрограма ІІ. Формування позитивного сприйняття міста Суми |
|  | 2.1. Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми |  |  | 0 |
| *90,0* | *2.1.9.* *Забезпечення визначення промоційного логотипу міста та розробка брендбуку* | 160,0 | *2.1.9. Розробка комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган)*  | +70,0 |
| *450,0* | *2.1.10. Розробка маркетингової стратегії міста Суми* | 120,0 | *2.1.10. Розробка візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація*  | *-330,0* |
| *150,0* | *- розробка програми маркетингового позиціонування міста;* | 0,0 |  | *-150,0* |
| *120,0* | *- розробка концепції бренду та дизайну бренду міста;* | 0,0 |  | *-120,0* |
| *140,0* | ***-*** *формування продуктів маркетингової комунікації для маркетингової стратегії міста;* | *0,0* |  | *-140,0* |
| *40,0* | ***-*** *проведення творчих дискусій для забезпечення сприйняття заданого іміджу міста цільовими групами та узагальнення результатів роботи над концепцією бренду міста* | *0,0* |  | *-40,0* |
|  |  | *68,00* | *2.1.11. Розробка логотипу міста та правил його використання*  | *+68,0* |
|  |  | *192,0* | *2.1.12. Розробка бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю)*  | *+192,0* |