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 візуалізація  2.1.11. Розробка логотипу міста та правил його використання  2.1.12. 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 Суми  3. 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* |