

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 (podjęte 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 - TURYSŃCI	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
Biuro Prasowe	Z1.BLD1	BI/MPI/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 mobil.krakow.pl. Zadanie obejmuje także funkcjonowanie portalu telewizyjny.krakow.pl.	X	X	X		1	2	3	4	5	6	1	BI	KBF (MPI)		
	Z5.BLD2	BI/MPI/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 środę, 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 uykają 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.BLD3	BI/MPI/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.D1	KP/BWK/04	nie dotyczy	Kontakty publiczne/PRZEDSIĘWZIĘCIA ORGANIZOWANE LUB WSPÓLORGANIZOWANE PRZEZ KP	PRZEDSIĘWZIĘCIA KP/BWK	2016-2022	1104100,00	34440,00	1278900,00	34440,00	*	*	*	*	*	Lekcja Śpiewania (kadrówka i kolegowanie).	x	x			1	2	3				2	KP			
	Z2.KP.D2	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.D1	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 LIBRIS	
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, Pochowickiej, Łagiewnickiej, Nowobagrowej i Ciepłowickiej. 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.	
Wydział Organizacji i Nadzoru	Z5.OR.D1	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	*	*	#	#	#	Celem ogólnym projektu SEUP jest wspieranie rozwoju społeczeństwa informacyjnego poprzez upowszechnianie wykorzystania ICT do świadczenia usług publicznych. Głównym celem projektu jest optymalizacja świadczenia usług elektronicznych przez UMK i MJO GMK. Istotną będzie permanentna akcja informacyjna (informacja o możliwości załatwienia spraw urzędowych przy użyciu Internetu), aktywizująca (zwiększająca zainteresowanie grup docelowych i zachęcająca do załatwienia spraw on-line) oraz wizerunkowa (podkreślająca wizerunek Krakowa jako miasta rosnącej jakości życia).	X		X		pracownicy UMK i MJO GMK	1		3				6	5	OR	
	Z1.PT.D1	PT/WPR/01	H-1	WYDAWNICTWA I REALIZACJA PRZEDSIĘWZIĘĆ PROMOCYJNYCH / Realizacja przedsięwzięć promocyjnych i ich promocja	LICZBA UCZESTNIKÓW IMPREZ/WYDARZEŃ, 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			

Wydział Promocji i Turystyki	Z8.PT.D2	PT/MTM/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.D3	PT/MTM/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												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	Promocja turystyki przyjazdowej i biznesowej/ Udział 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								618	PT	ICE Kraków, ARENA, EXPO; rekomendowane firmy PCO, hotele, obiekty z salami konferencyjnymi mi oraz POT, MOT, ZOPOTy, instytuty i ambasady zagraniczne.				
	Z6.PT.D5	PT/BIZ/02	H-1	Promocja turystyki przyjazdowej i biznesowej / Pozyskanie 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.D6 oraz kontynuacja Z8.PT.D3	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								618	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/KMM/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																		8	PT	MOT, POT, Agencje reklamowe, branża	
	Z4.PT.D8	PT/KMM/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						4	PT	Rada Budżetu Obywatelskiego	
	Z4.PT.D9	PT/KMM/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						4	PT		
	Z8.PT.D10	PT/KMM/04	H-1	Kampanie marketingowe Miasta / Promocja internetowa	Kampania	2017-2022	#	#	570000,00	570000,00	*	*	*	*	*	Wzmacnianie wizerunku miasta Krakowa z wykorzystaniem mediów społecznościowych.	X																			8	PT	MOT, POT, Agencje reklamowe, branża
	Z1.PT.D11	PT/DWM/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										1	PT	Pozostałe jednostki i wydziały UMK	
Z1.PT.D12	PT/DWM/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 ujednolicenie 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										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	2017-2022	#	#	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.D14 (kontynuacja Z1.PT.D1)	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.D15	PT/WPR/03	H-1	WYDAWNICTWA I REALIZACJA PRZEDSIĘWZIĘĆ PROMOCYJNYCH / Gadzety promocyjne	Wydany gadziet promocyjny	2016	70000,00	70000,00	#	#	#	#	#	#	#	Wykonanie gadzietów promocyjnych / Zakup	x	x			1					1	PT			
	Z1.PT.D16 (kontynuacja Z1.PT.D15)	PT/RTS/06	H-1	Polityka gadzietowa	Gadziet promocyjny	2017-2022	#	#	120000,00	120000,00	*	*	*	*	*	Wykonanie gadzietów promocyjnych / Zakup	x	x			1					1	PT			
Zarząd Zieleni Miejskiej	Z4.ZZM.D1	ZZM/O1.65/16/01	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 działań edukacyjnych - 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 Witkowskim	brak	2016-2022	96215,00	96215,00	0,00	0,00	*	*	*	*	*	Ścieżka edukacyjna w Parku Leśnym Witkowskim. 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/DKI/02	K	Działalność kulturalna instytucji / Organizacja wydarzeń	Zorganizowane wydarzenia KBF	2016-2022	bd	bd	14800000,00	444000,00	*	*	*	*	*	Organizacja przedsięwzięć kulturalnych (festiwali, imprez, eventów takich jak Misteria Paschalia, Opera Rara, Sacrum Profanum, Festiwal Conrada, Festiwal Mitosa, Festiwal Muzyki Filmowej oraz Wianki, Jarmark Świętojański, Program Miasto Literatury Unesco) oraz działalność Kraków Film Commission.	x	x	x				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	KOORDYNATOR / REALIZATOR	PARTNERZY
							2016 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	Cecha	2017 (kwota całkowita na działanie, zgodna ze STRADOM)	Cecha	2018	2019	2020	2021	2022		1 - MIESZKAŃCY	2 - TURYSŃCY	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
Wydział Kultury i Dziedzictwa Narodowego	Z2.KD.D1	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
	Z2.KD.D2	KD/PKM/06	K-3	Park Kulturowy / Opracowanie planów ochrony i programów zarządzania parkami kulturowymi	Plan ochrony Parku Kulturowego	2016-2022	1000000,00	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	
	Z2.KD.D3	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

