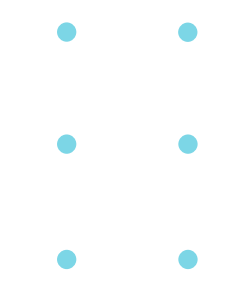
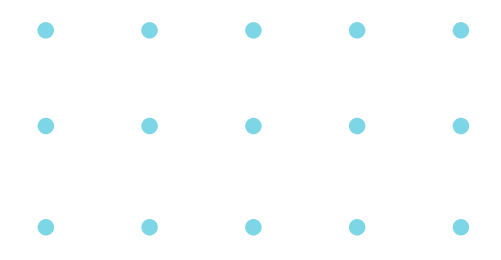
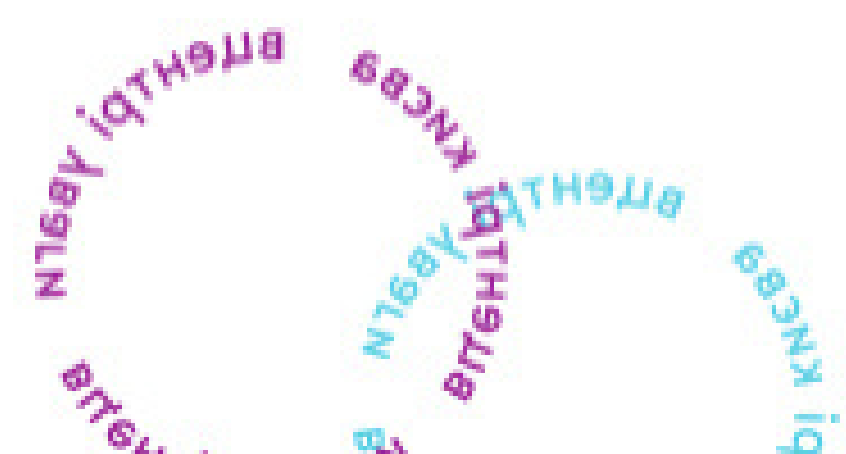


**КОНКУРСНА ПРОПОЗИЦІЯ ЩОДО
КОМУНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА
КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
"ЦЕНТР ПУБЛІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА
ІНФОРМАЦІЇ"**

**ВІД КАНДИДАТА
КУНИЦЬКОЇ АННИ**





vcetri
комунікації



ІНФОРМУЙ

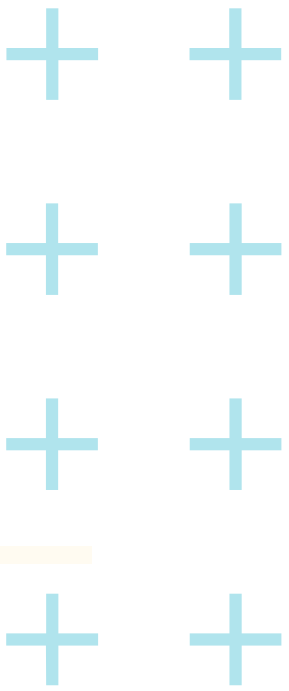
ВЗАЄМОДІЙ

КОМУНІКУЙ

ОСНОВНЕ ЗАВДАННЯ,

ВІЗІЯ,

ПРІОРИТЕТ



Основне завдання

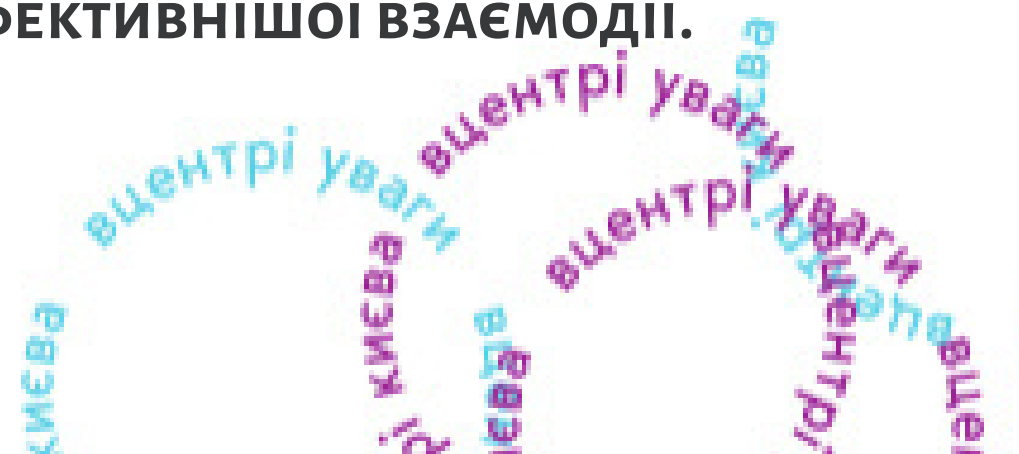
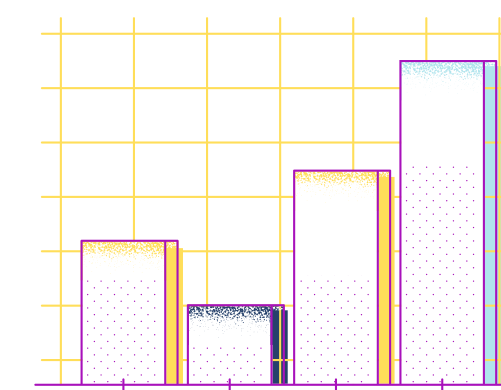
Візія

Пріоритет

- ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОБІЗНАНОСТІ КИЯН ПРО ДІЯЛЬНІСТЬ МІСЬКОЇ ВЛАДИ
- СПРИЯННЯ ФОРМУВАННЮ СУСПІЛЬНОЇ ДОВІРИ,
- ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ ДО ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МІСЬКИХ ПОЛІТИК
- КООРДИНАЦІЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ ГРОМАДСЬКИХ КОНСУЛЬТАЦІЙ -ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ, РЕАЛІЗАЦІЯ ЦІЛЕЙ ГРОМАДСЬКОГО БЮДЖЕТУ М.КИЄВА.

Налагодження діалогу влада-ГРОМАДА - БІЗНЕС

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ МЕХАНІЗМІВ УЧАСТІ, ЇХНІЙ АУДИТ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ.
НАВЧАННЯ НАВИЧКАМ ДІАЛОГУ ТА ПРОСВІТНИЦТВО ГРОМАДСЬКИХ АКТИВІСТІВ І СЛУЖБОВЦІВ ДЛЯ ЕФЕКТИВНІШОЇ ВЗАЄМОДІЇ.





vcetri

КП " Центр публичних Комунікацій та Інформації "



ДИРЕКТОР


**ЗАСТУПНИК
ДИРЕКТОРА**

ПЕРШИЙ ЗАСТУПНИК

АПАРАТ

БУХГАЛТЕРІЯ


**ВІДДІЛ ГОСПОДАРСЬКОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**



**БЮРО
КОМУНІКАЦІЙ**



**Вечірній
Київ**



**ЦЕНТР
ДРУКОВАНОЇ
ПРОДУКЦІЇ**



SWOT ANALYSIS



Сильні сторони

- 1- ПЕРШИЙ В УКРАЇНІ ІНФОРМАТИВНО-КОМУНІКАТИВНИЙ ЦЕНТР.
- 2 - НАБУТТЯ ДОСВІДУ СВОЇХ КОЛЕГ У ВАРШАВІ.
- 3 - СПІВПРАЦЯ З РАДОЮ ЄВРОПИ.
- 4 - ДОСТУП ІНФОРМАЦІЇ З ПЕРШОДЖЕРЕЛ (КМР ТА КМДА).
- 5 - НАЯВНА МЕДІЙНА ПЛАТФОРМА.

Слабкі сторони

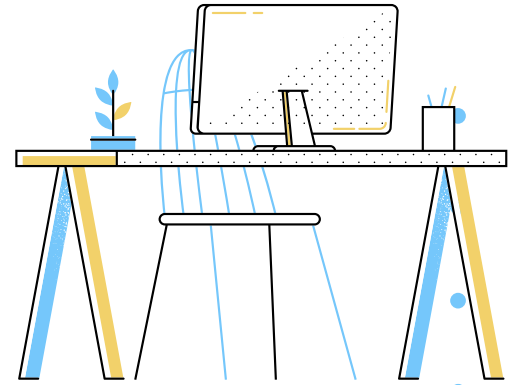
- 1 - НЕПОВНИЙ ШТАТ КВАЛІФІКОВАНИХ ПРАЦІВНИКІВ.
- 2 - ВІДСУТНІСТЬ ЄДИНОЇ КООРДИНАЦІЇ МІЖ ВИКОНАЧОЮ ТА ЗАКОНОТВОРЧОЮ ВЛАДОЮ МІСТА .
- 3 - БЮДЖЕТНЕ ФІНАНСУВАННЯ
- 4 - НЕДОВІРА ГРОМАДИ, ЩОДО ЇЇ ЗАЛУЧЕННЯ ДО ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МІСЬКИХ ПОЛІТИК

Можливості

- 1- СПІВПРАЦЯ З МІЖНАРОДНИМИ ПАРТНЕРАМИ
- 2 - СТВОРЕННЯ УНІКАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО- КОНСУЛЬТАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ
- 3- ЗАЛУЧЕННЯ БІЗНЕС -ПАРТНЕРІВ ДО СПІВПРАЦІ
- 4 - ЗОВНІШНІ ІНВЕСТИЦІЇ
- 5- РОЗШИРЕННЯ СПЕКТРУ ПОСЛУГ

Загрози

- 1- ЗМЕНШЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ З БЮДЖЕТУ
- 2- ЗМІНА ПОЛІТИЧНОЇ СИТУАЦІЇ



**ФОРМУВАННЯ ДІЄВОЇ ТА ЕФЕКТИВНОЇ
КОМАНДИ**

**ФОРМУВАННЯ ШЛЯХІВ ПОДОЛАННЯ НЕДОВІРИ ГРОМАДИ
ДО ВЛАДИ**

**РОЗБУДОВА ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСУЛЬТАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ
ЗГІДНО СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

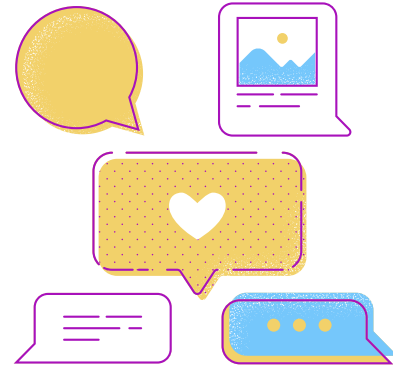
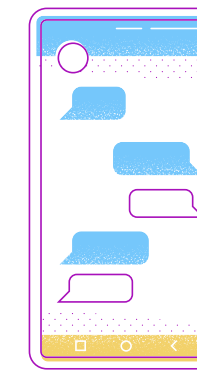
**ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КООРДИНАЦІЯ ГРОМАДСЬКИХ
КОНСУЛЬТАЦІЙ, ФОРУМІВ, ОБГОВОРЕНЬ, ВОРКШОПІВ**

**СТВОРЕННЯ ПОТУЖНОЇ ІНФОРМ КАМΠΑНІЇ
ГРОМАДСЬКОГО БЮДЖЕТУ**

**ПЛАН
РОЗВИТКУ**

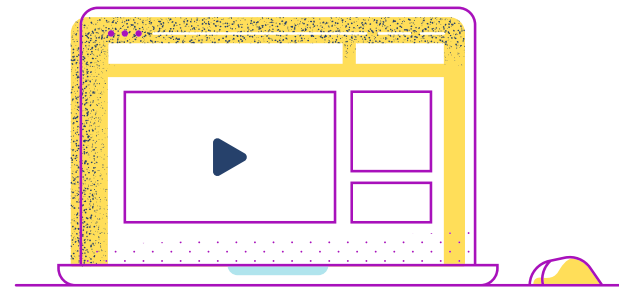
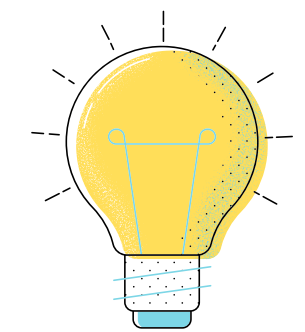
**АКТУАЛЬНИЙ
АМБІТНИЙ
ДІЄВИЙ**

**СТВОРЕННЯ ПОСТІЙНОГО КАНАЛУ ІНФОРМУВАННЯ ДІЙ
ТА СТРАТЕГІЙ ВО КМР ТА КМДА, РОЗ'ЯСНЕННЯ СУТІ
МІСЬКИХ ПОЛІТИК**



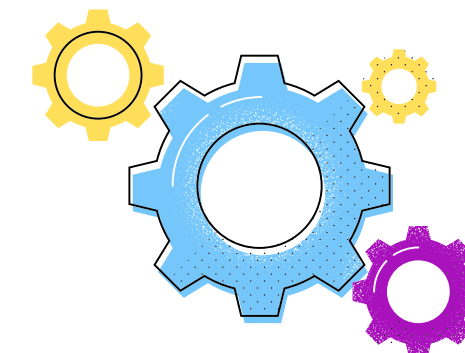
**СТВОРЕННЯ КОНТЕНТУ, ЩО ЗМУШУЄ ГРОМАДУ
"ОБГОВОРЮВАТИ" "АНАЛІЗУВАТИ" "ДИСКУТУВАТИ"**

**СТВОРЕННЯ РАЙОНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСУЛЬТАТИВНИХ
ОСЕРЕДКІВ**



**РОЗРОБИТИ ФУНКЦІОНАЛЬНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНО НАПОВНЕНІ ВЕБ
РЕСУРСИ "ЦПКІ" ТА "ВЕЧІРНІЙ КИЇВ"**

**ВИКОРИСТАТИ ВЖЕ НАЯВНІ РЕСУРСИ, ЯКІ МАЄ ПІДПРИЄМСТВО ДЛЯ
ЦІЛЕЙ ФІНАНСУВАННЯ ЙОГО РОБОТИ**



БЮРО КОМУНІКАЦІЙ

РОЗБУДОВА ВМОТИВОВАНОЇ ТА СВІДОМОЇ ГРОМАДИ.

ПІДВИЩЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ОСВІТИ НАСЕЛЕННЯ

ДОПОМОГА ТА КОНСУЛЬТАЦІЯ АКТИВУ МІСТА В СТВОРЕННІ ГО,
ОСББ ТА ІНШІХ ОБ'ЄДНАНЬ ГРОМАДИ.

СТВОРЕННЯ ОСЕРЕДКІВ ЦЕНТРУ В КОЖНОМУ РАЙОНІ
МІСТА КИЄВА.

ПОПУЛЯРІЗАЦІЯ ХАБУ

СПРИЯННЯ УЧАСТІ ГРОМАДИ У ДЕМОКРАТИЧНОМУ ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ
РІШЕНЬ В МІСТІ КИЄВІ

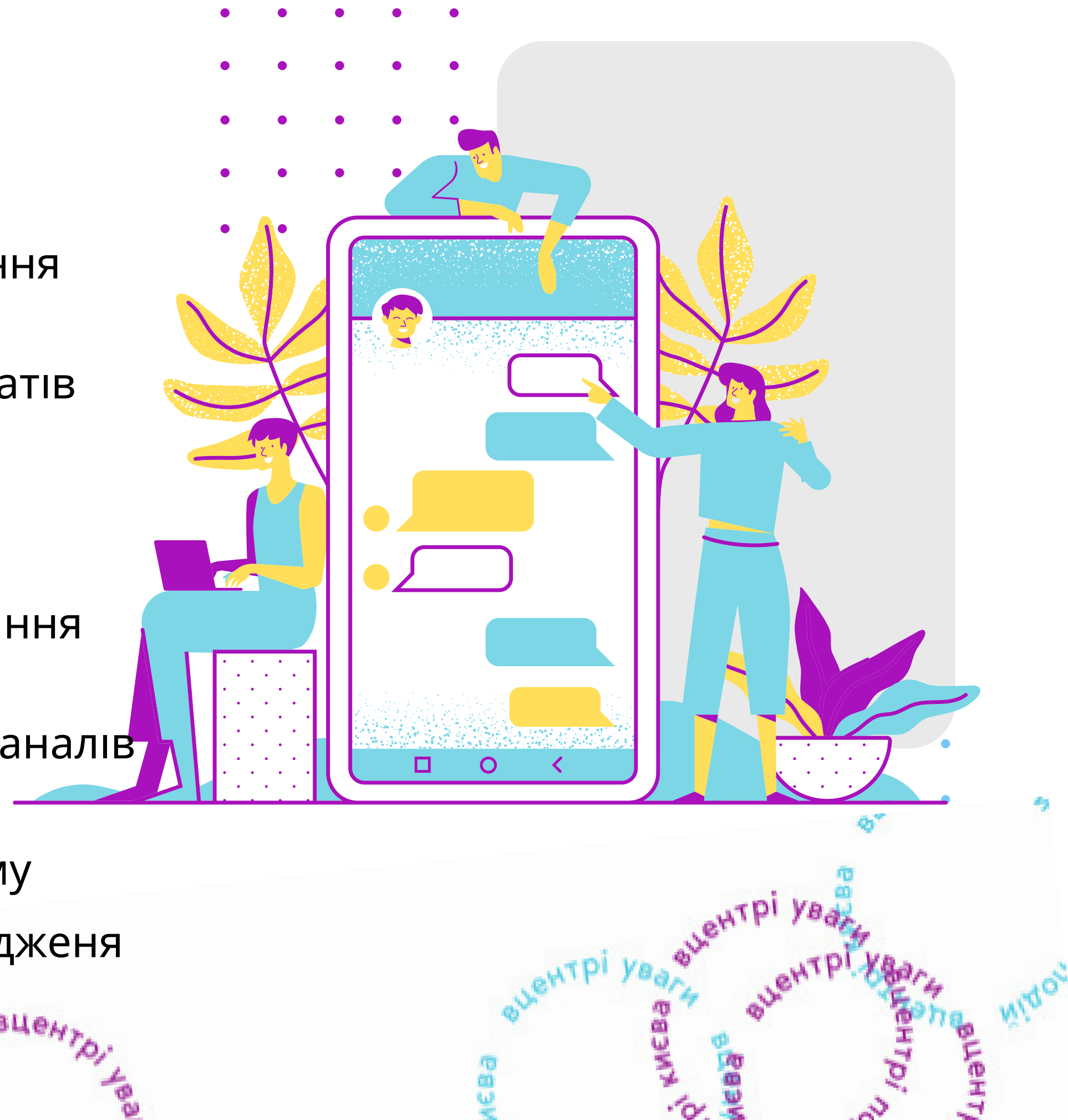
РОЗШИРЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ



ANNA KUNYTSKA

РАБОТА З ІНФОРМАЦІЄЮ

- **Політичне** абстрогування заради підвищення довіри населення до центру.
- **Чітке** та зрозуміле висвітлення міських ініціатив Київської міської влади (КМР та КМДА)
- **Створення** дорожніх карт від проблеми до відповідальних органів.
- **Зменшення** хейтерства шляхом інформування населення з приводу стратегії міста.
- **Створення** та розвиток нових соціальних каналів поширення інформації
- **Створення** інтерактивної карти по кожному району, на сайтах КМДА, РДА та розповсюдження серед крупних районних спільнот.
- **Залучення** лідерів громадської думки



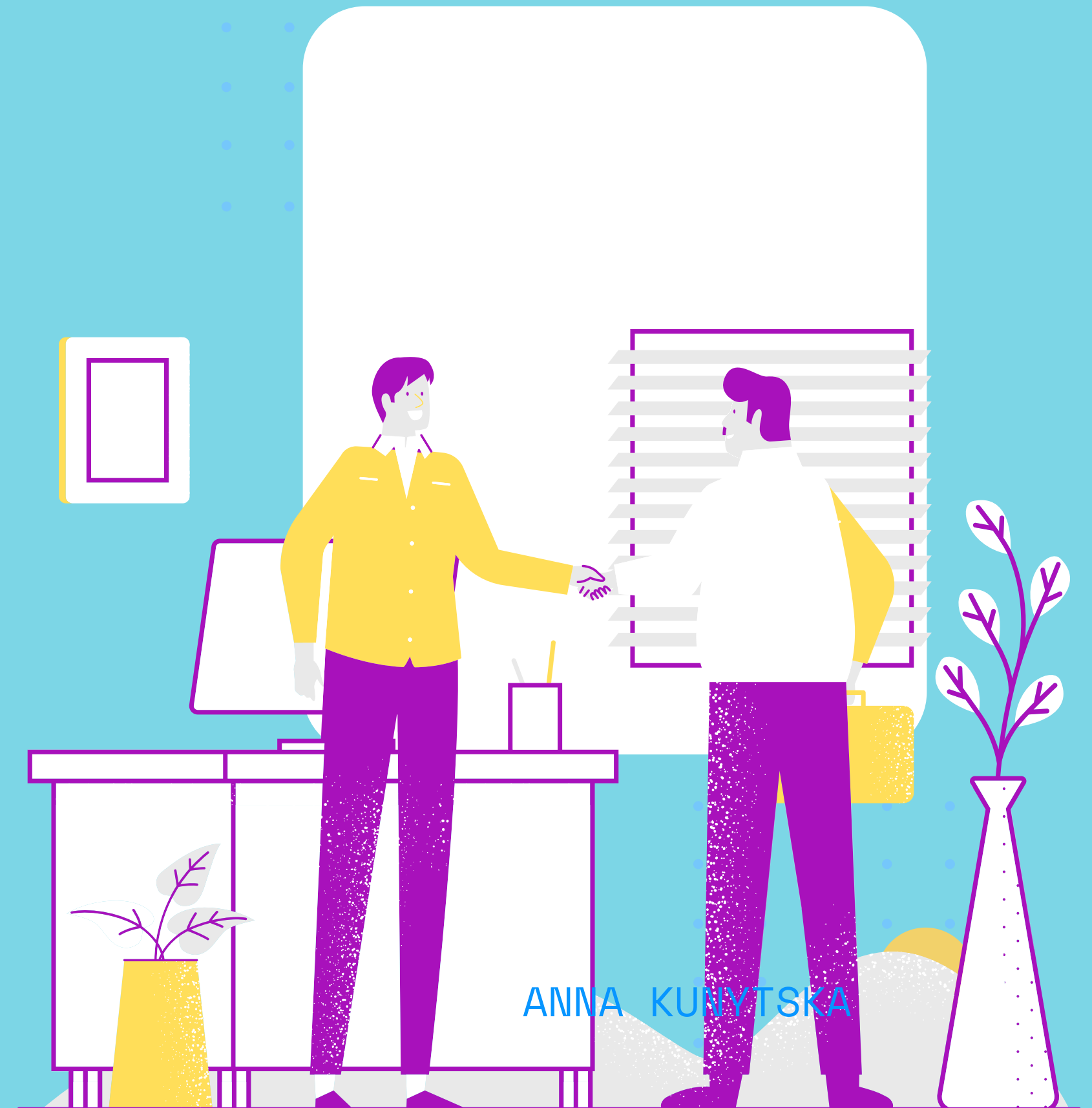
HUB

СВОРЕННЯ СУЧАСНОГО МАЙДАНЧИКА ДЛЯ
ПРОВЕДЕННЯ ФОРУМІВ, СЕМІНАРІВ ТА ІНШІХ ЗАХОДІВ.

ЗАЛУЧЕННЯ ДО ХАБУ ГРОМАДСЬКИЙ ДІЯЧІВ ,БІЗНЕС
ПАРТНЕРІВ

ПОПУЛЯРІЗАЦІЯ ЗА РАХУНОК ІНФОРМАЦІЙНО-
ПРОСВІТНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ANNA KUNYTSKA



ANNA KUNYTSKA

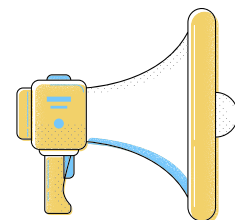
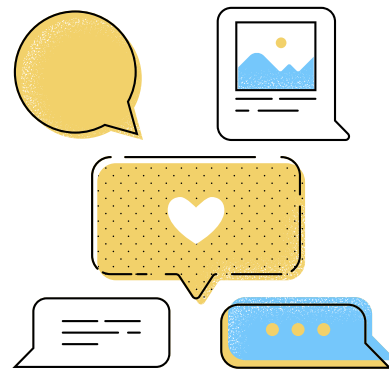
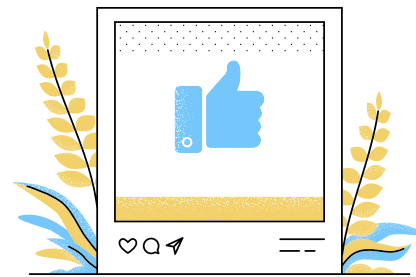
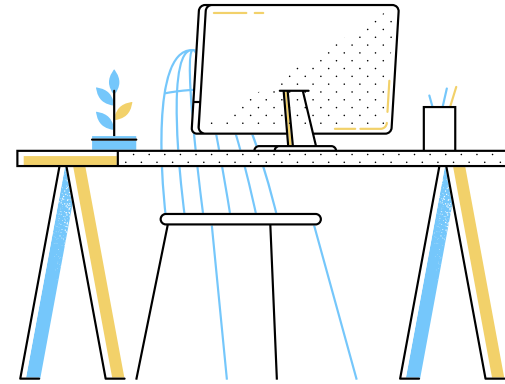
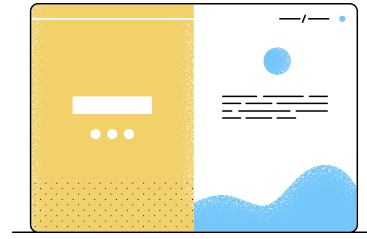
Громадський бюджет

- 1 Зпівпраця з ЗМІ
- 2 Робота з спільнотами в соцмережах
- 3 Реклама на бігбордах та в громадському транспорті
- 4 Встановлення інформаційних боксів в метро на крупних вузлах.
- 5 Залучення ОСН, ОСББ та інших органів самоврядування населення до воркшопів та демонстрація успішних кейсів.
- 6 Розширення цільової аудиторії.



Вечірній Київ

ВІДРОДЖЕННЯ
ЛЕГЕНДИ



Повна модернізація

Залучення фахівців

Підняття рейтингу

**Публікація актуальних новин
корисного, зрозумілого та
сучасного контенту.**

**Неопередження висвітлення
роботи влади Києва (КМР, КМДА
та РДА)**



5 лютого 1957 року. Кияни купують газету "Вечірній Київ" у спеціальному автоматі, встановленому на Головпоштамті.



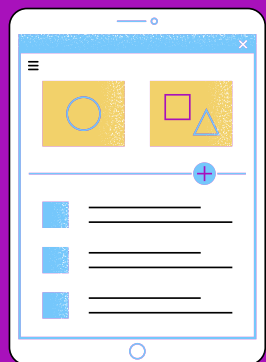
Залучення до співпраці відомих блогерів

Публікації від сучасних письменників

Створення контенту, що змушує громаду думати, аналізувати,

дискутувати!

Розширення цільової аудиторії

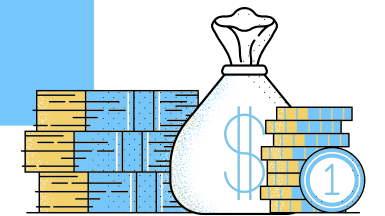


ПРИБУТОК

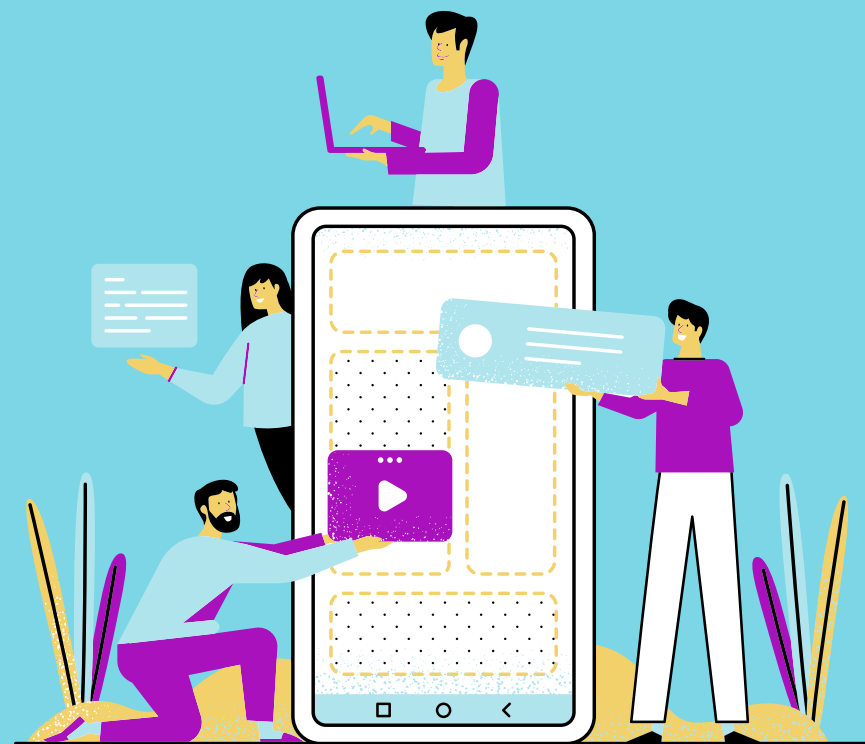
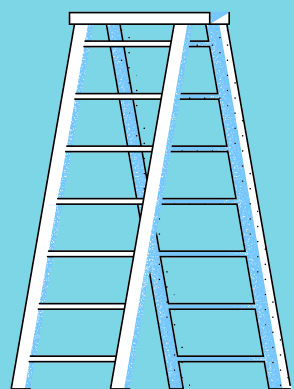
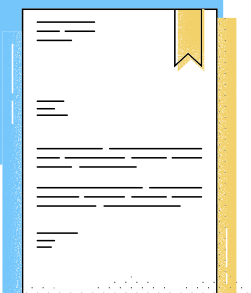
ІНВЕСТИЦІЇ

Нові
контрагенти

Реклама



Міжнародні
гранти



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ