

Wykaz programów realizacyjnych wraz z ogólnym harmonogramem działań

Kod programu	Nazwa programu	Cele szczegółowe realizowane przez program	Przewidywany termin przekazania Radzie Miasta projektu uchwały w sprawie programu	Projekty	Przewidywany termin rozpoczęcia realizacji projektu	Projekty inwestycyjne	Cele szczegółowe realizowane przez projekt
PR 1	Wizerunek Miasta Szczecina	1.3.1., 5.2, 5.2.1	2005	PR 1.1. Tożsamość Szczecina	2006		1.3.1., 5.2, 5.2.1
				PR 1.2. System identyfikacji wizualnej marki Szczecina	2006		5.2, 5.2.1
				PR 1.3. System identyfikacji leksykalnej marki Szczecina	2006		5.2, 5.2.1
				PR 1.4. Organizacja biura Promocji Marki Szczecin	2006		1.3.1., 5.2, 5.2.1
				PR 1.5. Zarządzanie marką Szczecin	2006		1.3.1., 5.2, 5.2.1
				PR 1.6. Jesteśmy żeby pomagać –przyjazny Urząd Miasta	2006		5.2, 5.2.1
				PR 1.7. Miasto Szczecin-miastem ludzi młodych i dla młodych	2006		5.2, 5.2.1
				PR 1.8. Barometr wizerunku miasta (permanen-tne badania wizerunku)	2006		5.2, 5.2.1

				PR1.9. Szczecin dumą mieszkańców (badania poziomu zadowolenia z poziomu życia szczecinian)	2006		5.2, 5.2.1
PR 2	Szczecińskie Wydarzenia	1.3.1, 3.3.1., 5.2.	2005	PR 2.1. Miejskie cykliczne imprezy masowe	2006		1.3.1, 3.3.1.
				PR 2.2. Szczecin miastem teatrów (ulicznego, współczesnego, dziecięcego)	2006		1.3.1, 3.3.1.
				PR 2.3. Ferie w Szczecinie	2006		3.3.1.
				PR 2.4. Lato na Wałach Chrobrego	2006		1.3.1, 3.3.1.
				PR 2.5. Teatr/Opera na Wałach Chrobrego/na wodzie	2006		1.3.1, 3.3.1, 5.2., 3.3.1.
PR 3	Partnerstwo Europejskie	1.1.2, 1.1.3., 1.3.1., 2.1.	2005	PR 3.1. „Szczecin – Berlin 157 km przyjaźni”	2007		1.1.2, 1.3.1
				PR 3.2. Przygraniczne partnerstwo „Mała Europa”	2006		1.1.2, 1.1.3., 2.1.
				PR 3.3. Szczecin w Berlinie i Berlin w Szczecinie	2007		1.1.2, 1.1.3., 2.1.
PR 4	Zapraszamy Inwestorów	2.1.1., 2.2.	2005	PR 4.1. Biuro Obsługi Inwestorów	2006		2.1.1., 2.2.
				PR 4.2. Szczecin na targach	2006		2.1.1.
				PR 4.3. Multimedialna kreacja marki Szczecina dla inwestorów (prezentacja CD, foldery, system wspierania inwestycji, Internet)	2006		2.1.1., 2.2.

PR 5	Turystyka i Rekreacja	3.3.2, 5.3.2, 2.2.4.	2005	PR 5.1. Zielony Szczecin PR 5.2. Rowerem zdrowiej PR 5.3. Szczecin blisko morza PR 5.4. Turystyczny omnibus (informacja turystyczna) PR 5.5. Magnolie symbolem Szczecina PR 5.6. Kreowanie zdrowego stylu życia PR 5.7. Aktywizacja turystyki i sportów wodnych	2006 2006 2006 2006 2007 2006 2006		5.3.2 3.3.2, 5.3.2 3.3.2, 2.2.4 2.2.4. 3.3.2, 2.2.4 3.3.2, 5.3.2, 2.2.4. 3.3.2, 5.3.2, 2.2.4.
PR 6	Szczecin w Mediach	1.3.1, 2.1.1, 2.2.4, 5.2, 5.2.1.	2005	PR 6.1. Profesjonalny dialog PR 6.2. Kampania reklamowa miasta PR 6.3. www.szczecin.pl PR 6.4. Biuletyn informacyjny dla dziennikarzy. PR 6.5. Zintegrowany program informacji o działaniach na rzecz kreacji marki Miasta Szczecina	2006 2006 2006 2006 2006		1.3.1, 2.1.1, 5.2. 1.3.1, 2.1.1, 2.2.4, 5.2, 1.3.1, 2.1.1 1.3.1, 2.1.1, 5.2.1. 1.3.1, 2.1.1, 2.2.4, 5.2, 5.2.1.