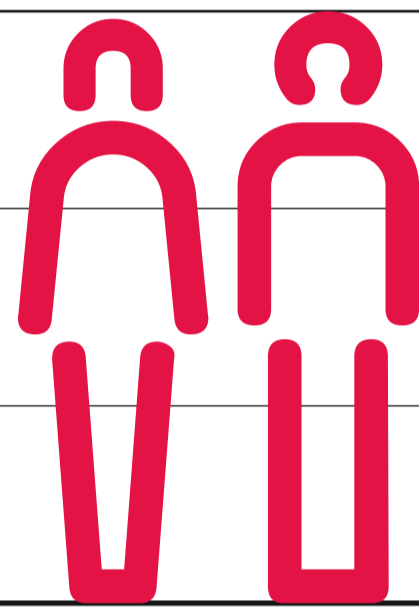


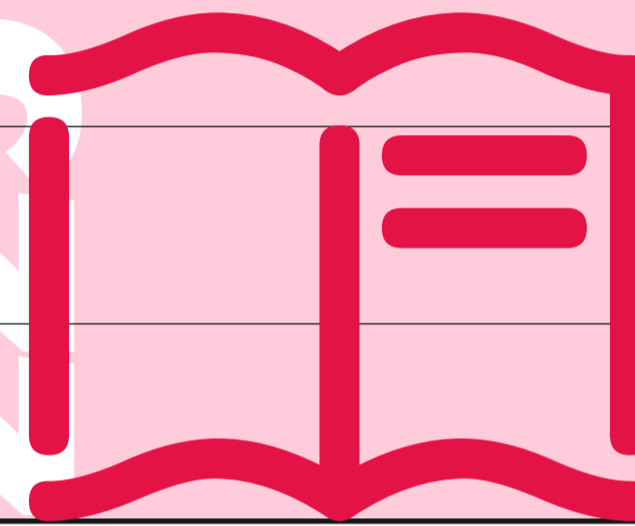


51965 użytkowników
informacje, wydarzenie, ostrzeżenia (SMS)

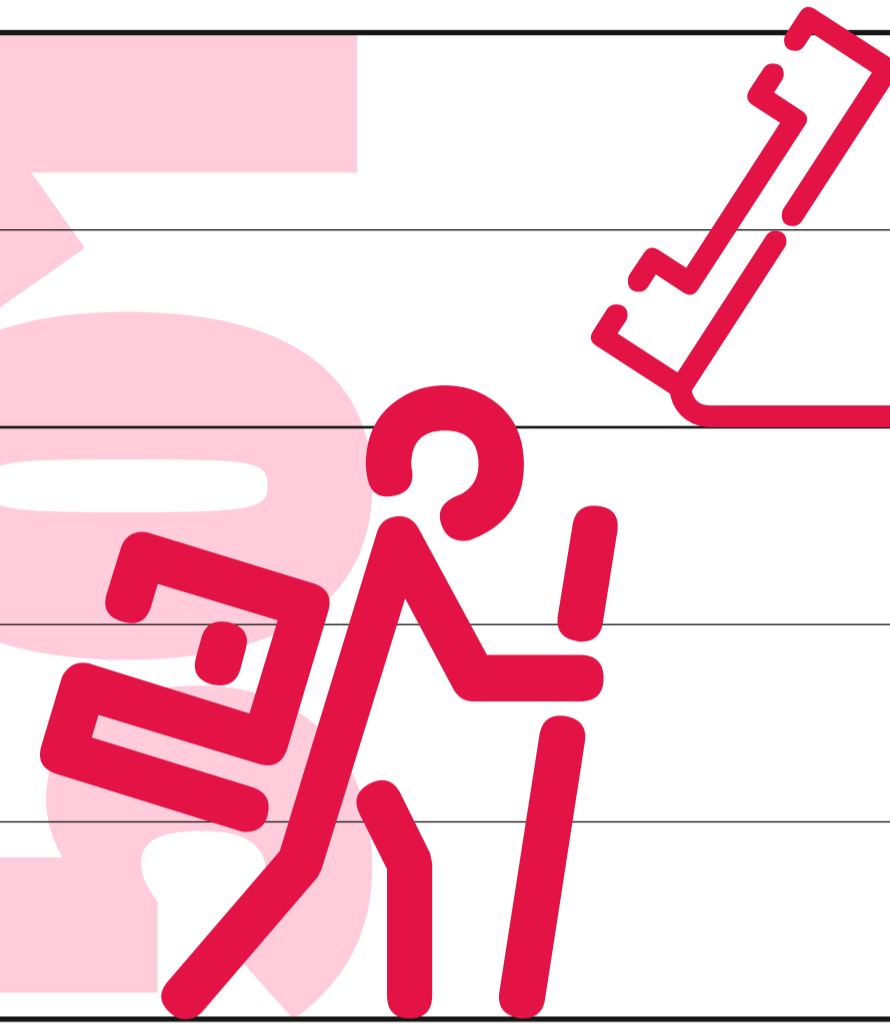
Cieszyńskie Centrum Informacji



28909 osób
w Cieszyńskim Centrum Informacji



225 zestawów materiałów promocyjnych
i gadżetów dla podmiotów



501 konsultacji telefonicznych z turystami
na temat organizacji całego pobytu*

Wiadomości Ratuszowe

27 numerów
oraz jednodniówki
z okazji 25-lecia
samorządu terytorialnego



Opracowanie i zrealizowanie
Systemu Identyfikacji Wizualnej
Cieszyńskiej Wenecji i Nadbrzeża Pokoju
oraz publikacja materiałów promocyjnych
w ramach projektu „Ogród dwóch brzegów 2013-2015”
dofinansowanego środkami Unii Europejskiej

Budżet: 384 799,31 zł

Biuro Promocji, Informacji i Turystyki 2015
(od 1.06.2015, przedtem w OR i KT)

- 51965 użytkowników – informacje, wydarzenie, ostrzeżenia (SMS),
- 27 numerów „Wiadomości Ratuszowych” oraz jednodniówki z okazji 25-lecia samorządu terytorialnego,
- 225 zestawów materiałów promocyjnych i gadżetów dla podmiotów,
- 28909 osób w Cieszyńskim Centrum Informacji,
- 501 konsultacji telefonicznych z turystami na temat organizacji całego pobytu*
- Opracowanie i zrealizowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej Cieszyńskiej Wenecji i Nadbrzeża Pokoju oraz publikacja materiałów promocyjnych w ramach projektu „Ogród dwóch brzegów 2013-2015” dofinansowanego środkami Unii Europejskiej

- zamieszczenie 4112 informacji na stronę www.cieszyn.pl i www.um.cieszyn.pl,
- wpisanie 580 wydarzeń w aplikacji mobilnej Cieszyn/Tesin4mobile,
- zamieszczenie 284 wygaszaczy ekranów z zapowiedziami wydarzeń na Infokioskach podłączonych do sieci Urzędu Miejskiego,
- dodanie 121 zdjęć w 4 albumach „Cieszyn na starej fotografii” w galerii zdjęć,
- zredagowanie i wystanie 30 newsletterów,
- sformułowanie, zrealizowanie i rozliczenie 42 umów,
- opracowanie 45 komunikatów i odpowiedzi na pytania mediów,
- rozliczenie i opisanie 194 faktur i rachunków,
- zorganizowanie lub współorganizowanie oraz promocja 13 uroczystości, wydarzeń, akcji i imprez,
- opracowanie i opublikowanie 14 różnych materiałów promocyjnych miasta oraz gadżetów,
- zrealizowanie 10 innych działań promocyjnych miasta,
- udział w pracach nad Cieszyńską Karty Dużej Rodziny - opracowanie logo, wzorów kart, oznakowania partnerów i ich promocja,

- opracowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Budżetu Obywatelskiego łącznie z wykonaniem modułu do głosowania na stronie internetowej,
- rozliczenie dofinansowania i złożenie wniosków o płatność projektu dofinansowanego środkami Unii Europejskiej zrealizowanego w 2014 roku INFO TESSIN II,
- opracowanie i wdrożenie elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej w 3 budynkach Urzędu Miejskiego,
- dodanie 116 postów na profilu „Cieszyn robi wrażenie” w serwisie Nasza klasa,
- udzielanie podstawowych (krótkich) informacji telefonicznych,*
- dystrybuowanie materiałów promocyjnych miasta,*
- przeprowadzenie audytu 3 stron internetowych oraz dostosowanie 3 serwisów internetowych do wymogów WCAG 2.0,
- przeprowadzenie całorocznej kampanii promocyjno-informacyjnej wydarzeń w Cieszynie,
- przeprowadzenie dwóch odsłon kampanii społecznej „W Cieszynie nie do pomyslenia”,
- zakupienie choinki i ozdób natalarniowych,
- przeprowadzenie kampanii informacyjno-edukacyjnej na temat zmniejszenia emisji zanieczyszczeń powietrza w ramach programu KAFKA,

- zakupienie nowej kamery i zapewnienie z niej transmisji danych – streamingu obrazu video,
- prowadzenie ewidencji obiektów świadczących usługi hotelarskie niebędących obiektami hotelarskimi

*) Cieszyńskie Centrum Informacji prowadzone jest wspólnie ze Stowarzyszeniem Olza.