

**ГЛАВА
 ГОРОДСКОГО ОКРУГА КОТЕЛЬНИКИ
 МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

26.06.2019 № 435-ПГ

г. Котельники

О внесении изменений в постановление администрации городского округа Котельники Московской области от 23.09.2016 № 2160-ПА «Об утверждении муниципальной программы «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики в городском округе Котельники Московской области на 2017-2021 годы»

Руководствуясь статьей 179 Бюджетного кодекса Российской Федерации, Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», постановлением главы городского округа Котельники Московской области от 02.07.2014 № 606-ПГ «Об утверждении порядка разработки, реализации и оценки эффективности муниципальных программ городского округа Котельники Московской области» (в редакции постановлений администрации городского округа Котельники Московской области от 07.09.2015 № 639-ПА, от 29.01.2016 № 140-ПА, от 24.06.2016 № 1563-ПА, от 27.12.2016 № 2551-ПА, в редакции постановлений главы городского округа Котельники Московской области от 24.11.2017 № 633-ПГ, от 13.09.2018 № 792-ПГ) постановляю:

1. Внести изменения в муниципальную программу городского округа Котельники Московской области «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики в городском округе Котельники Московской области на 2017-2021 годы», утвержденную постановлением администрации городского округа Котельники Московской области от 23.09.2016 № 2160-ПА «Об утверждении муниципальной программы «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики в городском округе Котельники Московской области на 2017-2021 годы» (в редакции постановлений от 06.02.2017 № 84-ПА, от 14.08.2017 № 327-ПГ, от 14.09.2017 № 420-ПГ, от 15.09.2017 № 430-ПГ, от 05.12.2017 № 666-ПГ, от 26.03.2018 № 226-ПГ, от 19.04.2018 № 320-ПГ, от 14.05.2018 № 381-ПГ, от 13.08.2018 № 764-ПГ, от 05.10.2018 № 890-ПГ, от 25.12.2018 № 1160-ПГ, от 13.03.2019 № 128-ПГ, от 15.04.2019 № 228-ПГ, от 03.06.2019 № 370-ПГ), следующие изменения:

2. Раздел «Планируемые результаты реализации муниципальной программы «Развитие системы информирования населения городского округа Котельники Московской области о деятельности администрации городского округа Котельники Московской области на 2017-2021 годы» дополнить следующими пунктами:

|  |
| --- |
| **Планируемые результаты реализации муниципальной подпрограммы «Молодое поколение городского округа Котельники Московской области на 2017-2021 годы»** |
| Численность обучающихся, вовлеченных в деятельность общественных объединений на базе образовательных организаций общего образования, среднего и высшего профессионального образования  | Приоритетный показатель | %  | 0 | 0 | 0 | 0,006 | 1,5 | 2 | 2 |
| Доля граждан, вовлеченных в добровольческую деятельность | Приоритетный показатель | % | 0 | 0 | 0 | 0,11 | 0,19 | 0,20 | 2 |
| Доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, от общего числа молодежи Московской области | Приоритетный показатель | % | 0 | 0 | 0 | 6 | 14,0 | 14,5 | 2 |
| Доля студентов, вовлеченных в клубное студенческое движение, от общего числа студентов Московской области | Приоритетный показатель | % | 0 | 0 | 0 | 4,6 | 3,90 | 3,95 | 2 |

3. Раздел «Методика расчета значений планируемых результатов реализации муниципальной программы «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики в городском округе Котельники Московской области на 2017-2021 годы» изложить в новой редакции, согласно приложения 1 к настоящему постановлению.

4. Перечень мероприятий муниципальной подпрограммы 2 «Развитие системы информирования населения городского округа Котельники Московской области о деятельности администрации городского округа Котельники Московской области на 2017-2021 годы» изложить в новой редакции, согласно приложения 2 к настоящему постановлению.

5. Обоснование финансовых ресурсов, необходимых для реализации мероприятий подпрограммы 1 «Развитие системы информирования населения городского округа Котельники Московской области о деятельности администрации городского округа Котельники Московской области на 2017-2021 годы» изложить в новой редакции, согласно приложения 3 к настоящему постановлению.

6. Отделу информационного обеспечения управления внутренней политики МКУ «Развитие Котельники» обеспечить официальное опубликование настоящего постановления в газете «Котельники Сегодня» и размещение на официальном сайте городского округа Котельники Московской области в сети «Интернет».

7. Контроль за выполнением настоящего постановления оставляю за собой.

Глава городского округа

Котельники Московской области А.А. Булгаков

Первый заместитель главы администрации

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.А. Горячев

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 г.

Заместитель главы администрации

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.В. Галузо

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 г.

Управляющий делами администрации

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.В. Бощеван

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 г.

Начальник управления финансов

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.А. Гуреева

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 г.

Главный бухгалтер

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.И. Джагарян

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 г.

Начальник правового управления

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.В. Мокшина

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 г.

Отдел правовой работы и нормотворчества

правового управления

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 г.

Начальник отдела муниципальных

программ и целевых показателей

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.В. Григорьева

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2019 г.

ИСП: Снегирев Л.М.

8(498)553-42-41 (131)

Приложение 1

к постановлению главы городского округа Котельники Московской области

от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_

УТВЕРЖДЕН

Постановлением администрации городского округа Котельники Московской области

от 23.09.2016 № 2160-ПА

**6. Методика расчета значений планируемых результатов реализации муниципальной программы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| N п/п | Наименование показателя эффективности реализации программы | Методика расчета показателя эффективности реализации программы |
|  | [**Подпрограмма 1**](file:///C%3A%5CUsers%5Cuser-molodezh2%5CDesktop%5C%D0%BE%D0%BB%D1%8F%5C%D0%9C%D1%83%D0%BD.%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%20%D0%A0%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F%20%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D1%82%D0%BE%D0%B2%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%5C%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0%20%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%B2%20%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B5%5C%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B81%20%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%202.docx#P1207) **«Развитие системы информирования населения городского округа Котельники Московской области о деятельности администрации городского округа Котельники Московской области на 2017-2021 годы»** |
| 1.1 | Информирование населения через СМИ | **I – показатель информированности населения в СМИ**$I=\frac{I\_{t}}{I\_{b}}×100$ ,где:It – объем информации, на одного жителя муниципального образования, запланированный в результате реализации мероприятий муниципальной программы в отчетный период;Ib – объем информации, на одного жителя из числа целевой аудитории муниципального образования, в результате реализации мероприятий муниципальной программы базового периода.$I\_{}=V\_{П}+V\_{Р}+V\_{ТВ}+V\_{СИ}$*,*где:V(…) – уровень информированности посредством:$V\_{П}$ –печатных СМИ;$V\_{р}$ – радио;$V\_{тв}$ – телевидения; $V\_{си}$ – сетевых изданий.$V\_{(…)}=\frac{C×I\_{мо}×k}{Ца}$,где:C – количество экземпляров печатного СМИ (тираж), количество абонентов радио, ТВ, посетителей сетевого издания;$I\_{мо}$ – объем информации муниципального образования; k – коэффициент значимости:1. Коэффициент значимости печатных СМИ – 0,4

(наличие документально подтвержденного тиража, распространения (подписка)/наличие отчетов о распространении путем свободной выкладки (промо-распространение);1. Коэффициент значимости радио – 0,1;
2. Коэффициенты значимости телевидение:

– эфирное вещание – 0,05;– кабельное вещание – 0,05;– эфирное и кабельное вещание – 0,1;– спутниковое вещание /цифровое – 0,4.1. Коэффициент значимости сетевые СМИ – 0,1.

При отсутствии подтверждающих документов применяется коэффициент 0,05.Ца – целевая аудитория, совершеннолетних жителей муниципального образования (+18) по данным избирательной комиссии Московской области (<http://www.moscow_reg.izbirkom.ru/chislennost-izbirateley>). |
| 1.2 | Уровень информированностинаселения в социальных сетях. | **A – показатель уровня информированности населения в социальных сетях (балл)** Показатель направлен на повышение информированности населения в социальных сетях. **А=𝐴1+𝐴2∗4, где:** 4 – коэффициент значимости показателя; 𝑨𝟏- показатель вовлеченности читателей официальных аккаунтов и страниц муниципального образования Московской области в социальных сетях (балл). Расчет показателя осуществляется ежеквартально нарастающим итогом. 𝑨𝟏**=K1+K2+K3+K4,** где:K1– коэффициент подписчиков, (балл); K2– коэффициент просмотров публикаций, (балл); K3 – коэффициент реакций (лайков, комментариев, репостов) на публикации, (балл); K4– коэффициент количества публикаций, (балл); **K1= 𝐴𝑅/ 𝐴𝑅цел,** где:AR – фактическое число не уникальных подписчиков в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях на последний день отчетного периода; 𝐴𝑅цел – целевое число не уникальных подписчиков (20% от числа совершеннолетних жителей, проживающих в муниципальном образовании Московской области по данным избирательной комиссии); **K2= Σ/просм(𝐴𝑅цел∗30∗ 𝑁мес)**, где: Σпросм− фактическое число не уникальных просмотров публикаций в официальных аккаунтах главы и администрации муниципального образования за отчетный период; 30 – целевое число публикаций, которые смотрит каждый подписчик за месяц; 𝑁мес – число месяцев в отчетном периоде, (ед.); **K3=𝑆𝐼/(𝐴𝑅цел∗3∗𝑁мес),** где: SI – фактическое число реакций (лайков, комментариев, репостов) на публикации, размещенные в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях за отчетный период; 3 – целевое число реакций на публикации, которые оставляет каждый подписчик за месяц. **K4= 𝑁пост/ 480∗𝑁мес,** где: 𝑁пост*-* число публикаций в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях за отчетный период; 480 – целевое число публикаций за месяц;Если K𝟏,K𝟐,K𝟑,K𝟒≥𝟏,то K𝟏,K𝟐,K𝟑,K𝟒=𝟏 Целевой ежеквартальный прирост показателя 𝐴𝑅цел составляет 1,5% к значению показателя за I квартал. 𝑨𝟐 – коэффициент отработки негативных сообщений (комментариев, жалоб, вопросов) в социальных сетях администраций муниципальных образований Московской области через информационную систему отработки негативных сообщений «Инцидент. Менеджмент» (балл). Расчет показателя осуществляется ежемесячно, показатель за отчетный период считается как среднее арифметическое показателей за число месяцев, входящих в отчетный период. $А\_{2}=\frac{N\_{отр}}{N\_{назн}}$∗Kоб, где:𝑁отр– общее количество сообщений, своевременно отработанных муниципальным образованием через ИС «Инцидент. Менеджмент» за месяц; 𝑁назн – общее количество сообщений, назначенных для отработки муниципальному образованию через ИС «Инцидент. Менеджмент» за месяц; 𝑘об - коэффициент объема отработки негативных сообщений при поступлении более 150 сообщений через ИС «Инцидент. Менеджмент» и своевременной отработке каждого из них; **Если** $\frac{N\_{отр}}{N\_{назн} } $= 1 и 𝑁отр>150, 𝒌об=𝟏,𝟐 |
| 1.3 | Наличие незаконных рекламных конструкций, установленных на территории муниципального образования | $$A= \frac{B}{C} \*100\%$$C = X + Y + Zгде: А – незаконные рекламные конструкциипо отношению к общему количеству на территории, в процентах;В – количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений;С – общее количество рекламных конструкций на территории(сумма X, Y и Z);X – количество рекламных конструкций в схеме, установленных с действующими разрешениями;Y – количество рекламных конструкций вне схемы, установленных с действующими разрешениями;Z –количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений. |
| 1.4 | Наличие задолженности в муниципальный бюджет по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций | Зрк = $\frac{З1-З2}{Прк}$ $\*100\%$где: Зрк – задолженность по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций по отношению к общей сумме плановых годовых поступлений в бюджет от платежей за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в процентахЗ1– задолженность по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на первое число месяца, следующего за отчетным периодом (кварталом), в млн. руб.$ПМ\_{i}$З2 – задолженность по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на первое число месяца, следующего за отчетным периодом (кварталом), по которой приняты или ведутся следующие меры по взысканию, в млн. рублей:1. рассматривается дело о несостоятельности (банкротстве);
2. рассматривается дело о взыскании задолженности в судебном порядке:
3. вступил в законную силу судебный акт (постановление), принятый в пользу муниципального образования;
4. получен исполнительный документ;
5. исполнительный документ направлен для принудительного исполнения в Федеральную службу судебных приставов;
6. возбуждено исполнительное производство;
7. исполнительное производство окончено ввиду невозможности установить местонахождение должника и его имущества.

Прк – сумма плановых годовых поступлений в бюджет от платежей за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в млн. руб. $ПМ\_{i}$ |
| 1.5 | Житель хочет знать Информирование населения через СМИ, телевидение, радио, социальные сети | Информирование населения через СМИ и социальные сети I=V+A ,где: I – значение определяется из суммы мест по значению показателей двух направлений (сумма мест), V – показатель уровня информированности населения в СМИ(место), А – показатель уровня информированности населения в социальных сетях (место). V – среднее значение объема информации, получаемого по всем источникам информации на одного жителя из числа целевой аудитории (совершеннолетние жители муниципального образования +18) муниципального образования, запланированное в результате реализации мероприятий муниципальной программы отчётного периода (место).  𝑉=𝑉1+𝑉2+𝑉3+𝑉4+𝑉5 5 , где: V1 – объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством печатных СМИ (единиц); V2 – объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством радиопередач (единиц); V3 – объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством телепередач (единиц); V4 – объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством Интернет изданий (единиц); V5 – объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством полиграфической продукции (единиц); «5» – количество источников информации (единиц). ЦА – целевая аудитория, человек (численность совершеннолетних жителей муниципального образования (+18) по данным территориальной избирательной комиссии на начало года. V1 =(Nпол \* Т)/ ЦА\*72 , где: Nпол – количество полос формата А3, запланированных в результате проведения мероприятий; Т – разовый тираж, как количество потенциальных потребителей информации; 72 – коэффициент значимости. V2 =(Nмин \* Ср)/ ЦА\*1,8 , где: Nмин – количество минут вещания, запланированных в результате проведения мероприятий; Ср – количество абонентов (кабельного вещания), либо охват (эфирного вещания), как количество потенциальных потребителей информации; 1,8 – коэффициент значимости. V3 =(Nмин \* Ств)/ ЦА\*1 , где: Nмин – количество минут вещания, запланированных в результате проведения мероприятий; Ств – количество абонентов (кабельного вещания), либо охват (эфирного вещания), как количество потенциальных потребителей информации. 1 - коэффициент значимости. V4 =(Nмин \* Син)/ ЦА\*1 , где: Nмат – количество материалов, запланированных к размещению в результате выполнения мероприятий; Син – количество посетителей интернет издания в отчетный период, зарегистрированного в качестве СМИ в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. 1 – коэффициент значимости V5 =(М \* Тпп)/ ЦА\*1498 , где: М – количество социально-значимых мероприятий, к которым запланировано информирование населения посредствам полиграфической продукции; Тпп – разовый тираж издания, как количество потенциальных потребителей информации; 1498 – коэффициент значимости. Источником информации являются данные Муниципальных образований и Главного управления по информационной политике Московской области. А – показатель уровня информированности населения в социальных сетях (место). А=0,7∗А1+0,3∗А2 , где: А1 – коэффициент вовлеченности читателей официальных аккаунтов и страниц администрации муниципального образования в социальных сетях (единиц); А2 – коэффициент отработки негативных сообщений (комментариев, жалоб и вопросов) в социальных сетях администрациями муниципальных образований Московской области через информационную систему отработки негативных сообщений «Инцидент. Менеджмент» (единиц); 0,7 и 0,3 – коэффициенты значимости работы по каждому направлению. А1=𝑁вовл𝑁постов , где: 𝑁вовл – общее число реакций (лайков, комментариев и репостов) на все опубликованные на официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях публикаций (постов и комментариев) за отчетный период; 𝑁постов – общее число публикаций (постов) на официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области за отчетный период. А2=𝑁отр𝑁назн , где: Nотр – общее число ответов муниципального образования Московской области на выявленные в социальных сетях негативные сообщения за отчетный период; Nназн – общее число выявленных в социальных сетях негативных сообщений с помощью информационной системы отработки негативных сообщений «Инцидент. Менеджмент» за отчетный период для конкретного муниципального образования. Источником информации являются данные Муниципальных образований и информационной системы «Инцидент. Менеджмент».  |
| 1.6 | Повышение уровня информированности населения муниципального образования Московской области | Значение вычисляется как соотношение средних значений объёмов информации, получаемых по всем источникам информации на одного жителя муниципального образования отчётного периода к базовому году (в процентах). K=V1/Vb\*100%V1 – среднее значение объема информации, получаемого по всем источникам информации на одного жителя муниципального образования, запланированное в результате реализации мероприятий муниципальной подпрограммы отчётного периода.

|  |  |
| --- | --- |
| V1= | V1псми+ V1радио+ V1тв+ V1ин+ V1пп |
| 5 |

, где:V1псми– объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством печатных СМИ (рассчитывается по методике расчета Показателя 1);V1радио– объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством радиопередач (рассчитывается по методике расчета Показателя 2);V1тв– объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством телепередач (рассчитывается по методике расчета Показателя 3);V1ин– объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством Интернет изданий (рассчитывается по методике расчета Показателя 4);V1пп– объём информации на одного жителя муниципального образования, получаемый посредством полиграфической продукции (рассчитывается по методике расчета Показателя 5); «5» – количество источников информации.Vb – среднее значение объема информации, получаемого по всем источникам информации на одного жителя муниципального образования в базовом (2016) году. Среднее базовое значение формируется на основании фактических данных, полученных в результате реализации мероприятий муниципальной подпрограммы по информированию населения в 2016 году. Рассчитывается по методике расчета значений отчетного периода. |
| 1.7 | Уровень информирования населения Московской области об основных событиях социально-экономического развития, общественно-политической жизни, освещение деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области в печатных СМИ выходящих на территории муниципального образования | V1псми =(Nпол \* Т)/ ЦА1, где:Nпол — количество полос формата А3, запланированных в результате проведения мероприятий;Т — разовый тираж, как количество потенциальных потребителей информации;ЦА1 – целевая аудитория (совершеннолетние жители муниципального образования +18). |
| 1.8 | Уровень информирования жителей муниципального образования Московской области о деятельности органов местного самоуправления путем изготовления и распространения (вещания) на территории муниципального образования Московской области радиопрограммы | V1радио =(Nмин \* Ср)/ ЦА1, где:Nмин — количество минут вещания, запланированных в результате проведения мероприятий;Ср — количество абонентов (кабельного вещания), либо охват (эфирного вещания), как количество потенциальных потребителей информации;ЦА1 – целевая аудитория (совершеннолетние жители муниципального образования +18). |
| 1.9 | Уровень информирования жителей муниципального образования Московской области о деятельности органов местного самоуправления путем изготовления и распространения (вещания) на территории муниципального образования Московской области телепередач  | V1тв =(Nмин \* Ств)/ ЦА1, где:Nмин — количество минут вещания, запланированных в результате проведения мероприятий;Ств — количество абонентов (кабельного вещания), либо охват (эфирного вещания), как количество потенциальных потребителей информации;ЦА1 – целевая аудитория (совершеннолетние жители муниципального образования +18). |
| 1.10 | Уровень информирования населения муниципального образования Московской области о деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области путем размещения материалов и в электронных СМИ, распространяемых в сети Интернет (сетевых изданиях). Ведение информационных ресурсов и баз данных муниципального образования Московской области | V1ин =(Nмин \* Син)/ ЦА1, где:Nмат — количество материалов, запланированных к размещению в результате выполнения мероприятий;Син — количество посетителей интернет издания в отчетный период;ЦА1 – целевая аудитория (совершеннолетние жители муниципального образования +18). |
| 1.11 | Уровень информирования населения путем изготовления и распространения полиграфической продукции о социально значимых вопросах в деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области, формирование положительного образа муниципального образования как социально ориентированного, комфортного для жизни и ведения предпринимательской деятельности | V1пп =(М \* Тпп)/ ЦА1, где:М — количество социально-значимых мероприятий, к которым запланировано информирование населения посредствам полиграфической продукции;Тпп — разовый тираж издания, как количество потенциальных потребителей информации;ЦА1 – целевая аудитория (совершеннолетние жители муниципального образования +18). |
| 1.12 | Организация мониторинга печатных и электронных СМИ, блогосферы, проведение медиа-исследования аудитории СМИ на территории муниципального образования | Мониторинг печатных и электронных СМИ, блогосферы, проведение медиа-исследования аудитории СМИ на территории муниципального образования |
| 1.13 | Осуществление взаимодействия органов местного самоуправления с печатными СМИ в области подписки, доставки и распространение тиражей печатных изданий | Осуществление взаимодействия органов местного самоуправления с печатными СМИ в области подписки, доставки и распространение тиражей печатных изданий |
| 1.14 | Повышение уровня информированности населения об основных социально-экономических событиях муниципального образования, а также о деятельности органов местного самоуправления посредством наружной рекламы | КПРКТ – количество тематических информационных кампаний, проведенных в текущем отчетном году, охваченных социальной рекламой на рекламных носителях наружной рекламы на территории Муниципального образованияПоказатель КПРКП формируется из перечня и количества тематических информационных кампаний, фактически проведенных в указанном периоде. |
| 1.15 | Проведение мероприятий, к которым обеспечено праздничное/тематическое оформление территории муниципального образования в соответствии с постановлением Правительства Московской области от 21.05.2014 № 363/16 «Об утверждении Методических рекомендаций по размещению и эксплуатации элементов праздничного, тематического и праздничного светового оформления на территории Московской области» | КМПТО – количество мероприятий, к которым обеспечено праздничное оформление территории муниципального образования.Показатель КМПТО формируется из количества мероприятий, к которым обеспечено праздничное/тематическое оформление территории муниципального образования в соответствии с постановлением Правительства Московской области от 21.05.2014 № 363/16 «Об утверждении Методических рекомендаций по размещению и эксплуатации элементов праздничного, тематического и праздничного светового оформления на территории Московской области» |
| 1.16 | Соответствие количества и фактического расположения рекламных конструкций на территории муниципального образования согласованной Правительством Московской области схеме размещения рекламных конструкций | КСООТВ – коэффициент соответствия количества и фактического расположения рекламных конструкций на территории муниципального образования согласованной Правительством Московской области схеме размещения рекламных конструкций$$К\_{соотв}=\left(\frac{А+В}{А} \right)\*100\%$$где:В – число незаконных рекламных конструкций;А – количество рекламных конструкций, утверждённых схемой размещения. |
| **Подпрограмма 2. «Молодое поколение городского округа Котельники Московской области на 2017-2021 годы»** |
| № п/п | Наименование показателя эффективности реализации программы | Методика расчета показателя эффективности реализации программы |
| 2.1 | Доля молодых граждан, принимающих участие в мероприятиях по гражданско-патриотическому, духовно-нравственному воспитанию, к общему числу молодых граждан в городском округе Котельники Московской области | Выполнение муниципального задания | Своевременная сдача отчета:- да - 0,5 баллов - нет - 0 баллов |
| Доля молодых граждан, принимающих участие в мероприятиях | Достижение не менее 10% от общего числа молодых граждан в городском округе Котельники Московской области- более 10% - 9,5 баллов-от 7% до 10% - 9 баллов- от 3% до 7% - 6 баллов- от 0% до 3% - 3 балла |
| 2.2 | Доля молодых граждан, принимающих участие в мероприятиях, направленных на поддержку талантливой молодежи, молодежных социально значимых инициатив и предпринимательства, к общему числу молодых граждан в городском округе Котельники Московской области | base_14_219210_10B - доля молодых граждан, принимающих участие в мероприятиях, направленных на поддержку талантливой молодежи, молодежных социально значимых инициатив и предпринимательства; |
| Hi b - численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, принимающей участие в мероприятиях, направленных на поддержку талантливой молодежи, молодежных социально значимых инициатив и предпринимательства, в городском округе Котельники Московской области; |
| Hi мо - общая численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет городском округе Котельники Московской области; |
| 2.3 | Доля молодых граждан, принявших участие в международных, межрегиональных и межмуниципальных молодежных мероприятиях, к общему числу молодых граждан в городском округе Котельники Московской области | T - доля молодых граждан, принявших участие в международных, межрегиональных и межмуниципальных молодежных мероприятиях; |
| - численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, принявшей участие в международных, межрегиональных и межмуниципальных молодежных мероприятиях, в городском округе Котельники Московской области; |
| - общая численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет в городском округе Котельники Московской области; |
| 2.4 | Доля молодых граждан, участвующих в деятельности общественных организаций и объединений, принимающих участие в добровольческой (волонтерской) деятельности, к общему числу молодых граждан в городском округе Котельники Московской области | Выполнение муниципального задания | Своевременная сдача отчета:- да - 0,5 баллов - нет - 0 баллов |
| Доля молодых граждан, принимающих участие в мероприятиях | Достижение не менее 10% от общего числа молодых граждан в городском округе Котельники Московской области- более 10% - 9,5 баллов-от 7% до 10% - 9 баллов- от 3% до 7% - 6 баллов- от 0% до 3% - 3 балла |
| 2.5 | Доля специалистов, работающих в сфере молодежной политики, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом, к общему числу специалистов, занятых в сфере работы с молодежью | Y = Hвкс / Hспец x 100, где: |
| Y - доля специалистов, работающих в сфере молодежной политики, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом; |
| Hвкс - число специалистов, работающих в сфере молодежной политики, принявших участие в мероприятиях по обучению, переобучению, повышению квалификации и обмену опытом; |
| Hспец - общее число специалистов сферы работы с молодежью |
| 2.6 | Уровень соответствия учреждений (организаций) по работе с молодежью городского округа Котельники Московской области нормативам минимального обеспечения молодежи учреждениями (организациями) по работе с молодежью по месту жительства | УС = СП / НП х 100, где: |
| УС - Уровень соответствия учреждений (организаций) по работе с молодежью муниципального образования нормативам минимального обеспечения молодежи учреждениями (организациями) по работе с молодежью по месту жительства (процент); |
| СП – Совокупная площадь учреждений (организаций) по работе с молодежью в городском округе Котельники Московской области (м2); |
| НП - Необходимая совокупная площадь учреждений (организаций) по работе с молодежью, согласно нормативам минимального обеспечения молодежи учреждениями (организациями) по работе с молодежью по месту жительства, Где  |
| НП=N x S min x Nmin х K, где: |
| N - число молодых жителей (в возрасте от 14 до 30 лет), проживающих в городском округе Котельники Московской области (тысяч человек); |
| S min – минимальная площадь (кв.м.), необходимая для организации работы с одним молодым жителем в форме клубных, групповых занятий, секций (принимается за 3,5 кв.м.) |
| Nmin - минимальное число молодых жителей, одновременно получающих услуги в форме групповых клубных, кружковых занятий, секций на базе учреждения по работе с молодежью минимальной площади. Принимается равным 30 человекам; |
| K - поправочный коэффициент, отражающий возможность расширения охвата молодежи учреждениями по работе с молодежью, в местах компактного проживания населения. (от 10 до 20 тыс. жителей он принимается равным 0,8) |
| 2.7 | Уровень соответствия необходимой площади, согласно расчету и полезной площади, в соответствии с фактическими документами | Соотношение необходимой площади и фактической от 0 до 24% - 0 до 10 баллов |
| Соотношение необходимой площади и фактической от 25 до 49% - 11 до 20 баллов |
| Соотношение необходимой площади и фактической от 50 до 74% - 21 до 30 баллов |
| Соотношение необходимой площади и фактической от 75% до 100% - 31 до 40 баллов |
| 2.8 | Уровень обеспеченности Молодежных медиацентров | Наличие площади для работы Молодежных медиацентров | - площадь в наличии - 10 баллов- площадь в наличии отсутствует - 0 баллов | минимальное количество площади на 1 человека - 4,5 м^2 |
| Численность участников Молодежных медиацентров | - необходимая численность участников достигнута - 5 баллов- необходимая численность участников не достигнута - 0 баллов | Минимальное количество участников Молодежного медиацентра - 1 участник на 10 000 молодежи, проживающей на территории городского округа Котельники Московской области  |
| Количество подписчиков в официальном сообществе Молодежного медиацентра "Вконтакте" | -сообществе достигнуто - 5 баллов-необходимое число участников в сообществе не достигнуто - 0 баллов | официальное сообщество Молодежного медиацентра:1 квартал - 1%2 квартал - 2%3 квартал - 3% 4 квартал - 4% от общего числа молодежи, проживающей на территории муниципального образования |
| Количество "постов" опубликованных в официальном сообществе Молодежного медиацентра "Вконтакте" | - необходимое количество "постов" опубликовано - 10 баллов- необходимое количество "постов" не опубликовано - 0 баллов  | Необходимое количество "постов" за квартал:- от 0 до 270 "постов" - 0 баллов- от 270 до 450 "постов" - 5 баллов- более 500 "постов" - 10 баллов |
| 2.9 | Численность обучающихся, вовлеченных в деятельность общественных объединений на базе образовательных организаций общего образования, среднего и высшего профессионального образования | Единицы измерения: %Источники данных: Федеральное статистическое наблюдение «Сведения о сфере государственной молодежной политике» «Форма №1 - молодежь»Порядок расчета: Fвовл = X1 + X2, где:Fвовл - численность обучающихся, вовлеченных в деятельность общественных объединений на базе образовательных организаций общего образования, среднего и высшего профессионального образования;X1 – численность обучающихся, задействованных в органах ученического самоуправления;X2 - численность обучающихся, задействованных в органах студенческого самоуправления. |
| 2.10 | Доля граждан, вовлеченных в добровольческую деятельность | Единицы измерения: %Источники данных: Федеральное статистическое наблюдение «Сведения о сфере государственной молодежной политике» «Форма №1 - молодежь» Порядок расчета:$$K\_{вол}=\frac{G\_{вол}}{G\_{общее}}\*100\%$$К*вол -* доля граждан, вовлеченных в добровольческую деятельность;G*вол –* численность граждан, вовлеченных в добровольческую деятельность;G*общее –* численность населения. |
| 2.11 | Доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, от общего числа молодежи в городском округе | Единицы измерения: %Источники данных: Федеральное статистическое наблюдение «Сведения о сфере государственной молодежной политике» «Форма №1 - молодежь» Порядок расчета:$$D\_{твор}=\frac{M\_{твор}}{M\_{общее}}\*100\%$$$D\_{твор}$ - доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность;$M\_{твор}$ – численность молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, таких как конкурсы, смотры, фестивали, форумы по развитию творческих навыков$M\_{общее}$ - численность молодежи в городском округе. |
| 2.12 | Доля студентов, вовлеченных в клубное студенческое движение, от общего числа студентов городского округа | Единицы измерения: %Источники данных: Федеральное статистическое наблюдение «Сведения о сфере государственной молодежной политике» «Форма №1 - молодежь» Порядок расчета:$$F\_{студ}=\frac{F\_{1}+F\_{2}+F\_{3}}{F\_{общ}}\*100\%$$$F\_{студ}$ - доля студентов, вовлеченных в клубное студенческое движение;$F\_{1}$ - количество студентов, состоящих и принимающих участие в мероприятиях Национальной лиги студенческих клубов;$F\_{2} $ - количество студентов, посетивших площадки дискуссионного студенческого клуба «Диалог на равных»;$F\_{3}$ – количество пользователей, из числа студентов, зарегистрированных в мобильном приложении OnRussia;$F\_{общ}$ - общее количество студентов городского округа. |

Приложение 2

к муниципальной подпрограмме 1 «Развитие системы информирования населения городского округа Котельники Московской области о деятельности администрации городского округа Котельники Московской области на 2017-2021 годы».

ПЕРЕЧЕНЬ

мероприятий муниципальной подпрограммы 1

«Развитие системы информирования населения городского округа Котельники Московской области о деятельности администрации городского округа Котельники Московской области на 2017-2021 годы»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Мероприятия по реализации подпрограммы | Срок исполнения мероприятия | Источники финансирования | Объем финансирования мероприятия в 2016 году (тыс. руб.) | Всего (тыс. руб.) | Объем финансирования по годам (тыс. руб.) | Ответственный за выполнение мероприятия подпрограммы | Результаты выполнения мероприятий подпрограммы |
| 2017 год | 2018 год | 2019 год | 2020 год | 2021 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 1. | **Основное мероприятие 1** Информирование населения муниципального образования Московской области об основных событиях социально-экономического развития, общественно-политической жизни, о деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 19378 | 63768,1 | 19419,5 | 13356,6 | 12192 | 9400 | 9400 | МКУ «Развитие Котельники» |  |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 19378 | 63768,1 | 19419,5 | 13356,6 | 12192 | 9400,0 | 9400,0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 1.1. | Информирование населения Московской области об основных событиях социально-экономического развития, общественно-политической жизни, освещение деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области в печатных СМИ, выходящих на территории муниципального образования, | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 9585 | 29983 | 8533 | 6202 | 5248 | 5000 | 5000 | МКУ «Развитие Котельники» | Размещение информационных материалов:в 2017 г. – 669 полос,в 2018 г. – 290 полос, в 2019 г. – 416 полос, в 2020 г. – 416 полос, в 2021 г. – 416 полос |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 9585 | 29983 | 8533 | 6202 | 5248 | 5000 | 5000 |
| в том числе кредиторская задолженность |  |  | 5167,5 | 2932,0 | 1938,0 | 297,5 |  |  |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.2. | Информирование жителей муниципального образования Московской области о деятельности органов местного самоуправления путем изготовления и распространения (вещания) на территории муниципального образования Московской области радиопрограммы | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | МКУ «Развитие Котельники» | В 2017 году исполнение показателя 100% за счет охвата целевой аудитории радио РТВ "Подмосковье" |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.3. | Информирование жителей муниципального образования Московской области о деятельности органов местного самоуправления путем изготовления и распространения (вещания) на территории муниципального образования Московской области телепередач, | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 9100 | 24134,5 | 8673,0 | 3991,5 | 3470 | 4000 | 4000 | МКУ «Развитие Котельники» | Размещение информационных материалов:в 2017 г. – 3290 минут, в 2018 г. – 132 минуты, в 2019 г. – 208 минут, в 2020 г. – 260 минут, в 2021 г. – 260 минут |
| Средства бюджета городского округа Котельники | 9100 | 24134,5 | 8673,0 | 3991,5 | 3470 | 4000 | 4000 |
| в том числе кредиторская задолженность | 0 | 3331,6 | 1157,0 | 1909,0 | 265,6 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.4. | Информирование населения муниципального образования Московской области о деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области путем размещения материалов и в электронных СМИ, распространяемых в сети Интернет (сетевых изданиях). Ведение информационных ресурсов и баз данных муниципального образования Московской области, | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 481 | 3417,6 | 459 | 614,6 | 1944 | 200 | 200 | МКУ «Развитие Котельники» | Размещение информационных материалов объемом 1800 сообщенийна официальном сайте в год, а также в электронных СМИ 3000 сообщений в год.Создание и ведение информационных ресурсов и баз данных |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 481 | 3417,6 | 459 | 614,6 | 1944 | 200 | 200 |
| в том числе кредиторская задолженность | 0 | 242,7 | 141,0 | 78,0 | 23,7 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.5. | Информирование населения путем изготовления и распространения полиграфической продукции о социально значимых вопросах в деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области, формирование положительного образа муниципального образования как социально ориентированного, комфортного для жизни и ведения предпринимательской деятельности | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 112 | 2650 | 51 | 1849 | 350 | 200 | 200 | МКУ «Развитие Котельники» | Изготовление полиграфической продукции к социально-значимым мероприятиям городского округа Котельники, объемом не менее 19 000 экз. год, в том числе в рамках программы «Безопасность городского округа Котельники Московской области на 2017-2021 годы» |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 112 | 2650 | 51 | 1849 | 350 | 200 | 200 |
| в том числе кредиторская задолженность | 0 | 51,0 | 0 | 51,0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.6. | Организация мониторинга печатных и электронных СМИ, блогосферы, проведение медиа-исследований аудитории СМИ на территории муниципального образования Московской области изданий | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 100 | 1104 | 497,5 | 606,5 | 0 | 0 | 0 | МКУ «Развитие Котельники» | Подготовка аналитических материалов об уровне информированности населения городского округа Котельники Московской области. Проведение исследований медиа охвата и медиа аудитории СМИ на территории городского округа Котельники Московской области |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 100 | 1104 | 497,5 | 606,5 | 0 | 0 | 0 |
|  | в том числе кредиторская задолженность |  |  | 0 | 239,0 | 0 | 239,0 | 0 | 0 | 0 |  |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.7. | Осуществление взаимодействия органов местного самоуправления с печатными СМИ в области подписки, доставки и распространения тиражей печатных | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | МКУ «Развитие Котельники» | Мероприятие осуществляется в пределах средств, предусмотренных на обеспечение муниципальной программы «Муниципальное управление» на 2015-2019 годы. |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.8. | Повышение уровня информированности населения об основных социально-экономических событиях муниципального образования, а также о деятельности органов местного самоуправления посредством наружной рекламы | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | МКУ «Развитие Котельники» | Повышение уровня информированности населения об основных социально-экономических событиях муниципального образования, а также о деятельности органов местного самоуправления посредством наружной рекламы |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.9. | Проведение мероприятий, к которым обеспечено праздничное/тематическое оформление территории муниципального образования в соответствии с постановлением Правительства Московской области от 21.05.2014 № 363/16 «Об утверждении Методических рекомендаций по размещению и эксплуатации элементов праздничного, тематического и праздничного светового оформления на территории Московской области» |  | Всего, в том числе: | 1969 | 1299 | 1206 | 93 | 0 | 0 | 0 | МКУ «Развитие Котельники» | Проведение мероприятий, к которым обеспечено праздничное/тематическое оформление территории муниципального образования в соответствии с постановлением Правительства Московской области от 21.05.2014 № 363/16 «Об утверждении Методических рекомендаций по размещению и эксплуатации элементов праздничного, тематического и праздничного светового оформления на территории Московской области» |
|  | Средства бюджетов городского округа Котельники | 1969 | 1299 | 1206 | 93 | 0 | 0 | 0 |
| в том числе кредиторская задолженность |  |  | 0 | 737 | 737 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.10. | Информирование населения муниципального образования о деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области посредством социальных сетей.Организация мониторинга СМИ, блогосферы, проведение медиа-исследований аудитории СМИ на территории муниципального образования | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 0 | 1180 | 0 | 0 | 1180 | 0 | 0 | МКУ «Развитие Котельники» | Подготовка аналитических материалов об уровне информированности населения городского округа Котельники Московской области. Проведение исследований медиа охвата и медиа аудитории СМИ на территории городского округа Котельники Московской области |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 0 | 1180 | 0 | 0 | 1180 | 0 | 0 |  |
|  | в том числе кредиторская задолженность |  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |  |
|  |  | Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |  |
|  |  | Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |  |
|  |  | Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |  |
| 2 | **Основное мероприятие** Приведение в соответствие количества и фактического расположения рекламных конструкций на территории муниципального образования согласованной Правительством Московской области схеме размещения рекламных конструкций | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 2339 | 821 | 753 | 68 | 0 | 0 | 0 | МКУ «Развитие Котельники» |  |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 2339 | 821 | 753 | 68 | 0 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.1 | **Мероприятие 1** Приведение в соответствие количества и фактического расположения рекламных конструкций на территории муниципального образования согласованной Правительством Московской области схеме размещения рекламных конструкций, |  | Всего, в том числе: | 370 | 726 | 658 | 68 | 0 | 0 | 0 | МКУ «Развитие Котельники» | Cсоответствие количества и фактического расположения рекламных конструкций на территории муниципального образования согласованной Правительством Московской области схеме размещения рекламных конструкций |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 370 | 726 | 658 | 68 | 0 | 0 | 0 |
| в том числе кредиторская задолженность |  | 0 | 169 | 169 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.2 | **Мероприятие 2** Оказание услуг по актуализации схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа Котельники Московской области |  | Всего, в том числе: | 0 | 95 | 95 | 0 | 0 | 0 | 0 | МКУ «Развитие Котельники» | Соответствие количества и фактического расположения рекламных конструкций на территории муниципального образования согласованной Правительством Московской области схеме размещения рекламных конструкций |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 0 | 95 | 95 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| в том числе погашение кредиторской задолженности за работы, выполненные в предшествующие годы) |  | 0 | 95 | 95 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | **Основное мероприятие.**Информирование населения муниципального образования посредством наружной рекламы | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 0 | 3250 | 0 | 0 | 2150 | 550 | 550 |  |  |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 0 | 2350 | 0 | 0 | 1250 | 550 | 550 |  |  |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |  |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |  |
| Внебюджетные источники | 0 | 900 | 0 | 0 | 900 | 0 | 0 |  |  |
| 3.1 | Приведение в соответствие количества и фактического расположения рекламных конструкций на территориимуниципального образования Московской области согласованной Правительством Московской области схеме размещения рекламных конструкций | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 0 | 600 | 0 | 0 | 200 | 200 | 200 | МКУ «Развитие Котельники» | Соответствие количества и фактического расположения рекламных конструкций на территории муниципального образования согласованной Правительством Московской области схеме размещения рекламных конструкций |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 0 | 600 | 0 | 0 | 200 | 200 | 200 |
| в том числе кредиторская задолженность | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3.2 | Проведение мероприятий, к которым обеспечено праздничное/тематическое оформление территории муниципального образования в соответствии с постановлением Правительства Московской области от 21.05.2014 № 363/16 «Об утверждении Методических рекомендаций по размещению и эксплуатации элементов праздничного, тематического и праздничного светового оформления на территории Московской области» | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 0 | 2500 | 0 | 0 | 1900 | 300 | 300 | МКУ «Развитие Котельники» | Проведение мероприятий, праздничного/тематического я муниципального образования в соответствии с постановлением Правительства Московской области от 21.05.2014 № 363/16  |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 0 | 1600 | 0 | 0 | 1000 | 300 | 300 |
| в том числе кредиторская задолженность | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 900 | 0 | 0 | 900 | 0 | 0 |
| 3.3 | Информирование населения об основных социально-экономических событиях муниципального образования, а также о деятельности органов местного самоуправления посредством наружной рекламы | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 0 | 150 | 0 | 0 | 50 | 50 | 50 | МКУ «Развитие Котельники» | Повышение уровня информированности населения об основных социально-экономических событиях муниципального образования, а также о деятельности органов местного самоуправления посредством наружной рекламы |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 0 | 150 | 0 | 0 | 50 | 50 | 50 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3.4. | Осуществление мониторинга задолженности за установку и эксплуатацию рекламных конструкций и реализация мер по её взысканию | 2017-2021 | Всего, в том числе: | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | МКУ «Развитие Котельники» | Устранение задолженности перед бюджетом по договорам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а также проведение судебно-претензионной работы. |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | Всего |  | Всего, в том числе: | 21717 | 67839,1 | 20172,5 | 13424,6 | 14342 | 9950 | 9950 |  |  |
| Средства бюджетов городского округа Котельники | 21717 | 66939,1 | 20172,5 | 13424,6 | 13442 | 9950 | 9950 |
| Средства бюджета Московской области | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Средства федерального бюджета | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Внебюджетные источники | 0 | 900,0 | 0,0 | 0,0 | 900,0 | 0,0 | 0,0 |

Приложение 3

к муниципальной программе

«Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики в городском округе Котельники Московской области на 2017-2021 годы»

**Обоснование финансовых ресурсов,**

**необходимых для реализации мероприятий подпрограммы 1**

**«Развитие системы информирования населения городского округа Котельники Московской области о деятельности администрации городского округа Котельники Московской области на 2017-2021 годы»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование мероприятия муниципальной программы | Источник финансирования | Расчет необходимых ресурсов на реализацию мероприятий | Общий объем финансовых ресурсов необходимых для реализации мероприятия, в том числе по годам (тыс.руб.) | Эксплуатационные расходы, возникающие в результате реализации мероприятия |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Мероприятие 1.1Информирование населения муниципального образования об основных событиях социально-экономического развития, общественно-политической жизни, освещение деятельности органов местного самоуправления муниципального образования в печатных СМИ выходящих на территории муниципального образования |  | C = (N1\*S1)N1 – 416 количество полос формата А3 в год S1. – 12000. – стоимость 1 полосы формата А3;Цена сформирована по муниципальному заданию 2018 года | Всего: 299832017 – 85332018 – 62022019 – 5248;2020 – 50002021 –5000 |  |
| Мероприятие 1.2 Информирование населения муниципального образования о деятельности органов местного самоуправления путем изготовления и распространения (вещания) на территории муниципального образования радиопрограмм |  | Cтк = (N1\*S1)N1 – \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ количество минут в год S1 . – \_\_\_\_\_\_\_\_.– стоимость 1 минуты производства и распространения телепередач;Цена сформирована по муниципальному заданию 2017 года | Всего:02017 – 02018 – 02019 – 02020 – 02021 –0 |  |
| Мероприятие 1.3Информирование населения муниципального образования о деятельности органов местного самоуправления путем изготовления и распространения (вещания) на территории муниципального образования телепередач |  | Cр = (N1\*S1)N1 – 208 количество минут в год S1. – 15403.– стоимость 1 минуты производства и распространения радиопередач;Цена сформирована по муниципальному заданию 2018 года | Всего: 25134,52017 – 86732018 – 3991,52019 – 34702020 – 40002021 –4000 |  |
| Мероприятие 1.4Информирование населения муниципального образования Московской области о деятельности органов местного самоуправления путем размещения материалов в электронных СМИ, распространяемых в сети Интернет (сетевых изданиях). Ведение информационных ресурсов и баз данных официального сайта органов местного самоуправления муниципального образования  |  | Синт = N\*S мат + Vин.N - \_\_ – количество материалов, размещаемых в сети Интернет за весь период:Sмат. – \_\_\_\_.– средняя стоимость подготовки и размещения одного информационного материала на портале;Vин.-ведение базы данных сайта в соответствии с тарифами - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ руб.Цена сформирована на основании коммерческих предложений 2018 года | Всего: 2417,62017 – 4592018 – 614,62019 – 19442020 – 2002021 –200 |  |
| Мероприятие 1.5Информирование населения муниципального образования путем изготовления и распространения полиграфической, иной продукции о социально значимых вопросах в деятельности органов местного самоуправления муниципального образования формирование положительного образа муниципального образования как социально ориентированного, комфортного для жизни и ведения предпринимательской деятельности |  | Печатная и иная продукцияСпп = N\*SN – \_\_\_\_\_ - штук печатной продукции в год;S– \_\_\_\_\_\_ руб. – средняя стоимость изготовления и распространения одной штуки печатной продукции;Цена сформирована на основании коммерческих предложений 2017 года | Всего: 26502017 – 512018 – 18492019 – 3502020 – 2002021 –200 |  |
| Мероприятие 1.6Организация мониторинга печатных и электронных СМИ, блогосферы, проведение медиа-исследований аудитории СМИ на территории муниципального образования Московской области изданий |  | В пределах денежных средств муниципального образования предусмотренных на основную деятельность подразделения пресс-службы | Всего: 11042017 – 497,52018 – 606,52019 – 02020 – 02021 –0 |  |
| Мероприятие 1.7 Осуществление взаимодействия органов местного самоуправления с печатными СМИ в области подписки, доставки и распространения тиражей печатных изданий |  | Спид= N1\*S1 N1 – количество подписных комплектов – \_\_;S1 – \_\_\_\_\_\_\_\_. – стоимость 1 комплекта;Цена сформирована на основании коммерческих предложений 2017 года | Всего:02017 – 02018 – 02019 – 02020 – 02021 –0 |  |
| Мероприятие 1.8Повышение уровня информированности населения об основных социально-экономических событиях муниципального образования, а также о деятельности органов местного самоуправления посредством наружной рекламы |  | Срк= N1\*S1 = 0 руб.N1 – количество баннеров – 0­­­­­­­­­­;S1 –стоимость изготовления 1 баннера-0; | Всего:02017 – 02018 – 02019 –02020 – 02021 –0 |  |
| Мероприятие 1.9Проведение мероприятий, к которым обеспечено праздничное/тематическое оформление территории муниципального образования в соответствии с постановлением Правительства Московской области от 21.05.2014 № 363/16 «Об утверждении Методических рекомендаций по размещению и эксплуатации элементов праздничного, тематического и праздничного светового оформления на территории Московской области» |  | Всего min 10 баннеровизготовление 1 баннера – 2000р10\*2000=20000монтаж/демонтаж 1 баннера – 5000р10\*5000=50000Итого- 70 000 Флаги на 3 праздника (День Победы, День России, День города) - min-20штМонтаж/демонтаж 1 флага – 1150р1150\*20 флагов (имеющиеся) = 23000ВСЕГО – 93 000 | Всего:12992017 – 12062018 – 932019 –02020 –02021 –0 |  |
| Мероприятие 1.10Информирование населения муниципального образования о деятельности органов местного самоуправления муниципального образования Московской области посредством социальных сетей.Организация мониторинга СМИ, блогосферы, проведение медиа-исследований аудитории СМИ на территории муниципального образования |  | В пределах денежных средств муниципального образования предусмотренных на основную деятельность подразделенияпресс-службы | Всего: 11802017 – 02018 – 02019 – 11802020 – 02021 –0 |  |
| Мероприятие 2.1Приведение в соответствие количества и фактического расположения рекламных конструкций на территории муниципального образования согласованной Правительством Московской области схеме размещения рекламных конструкций |  | Сднк = N\*S = 50 000N-5 панель – кронштейновS -4600р Демонтаж = 5\*4600 = 23000N-10 вывеска объемные буквыS -1500р Демонтаж = 10\*1500 = 15000N-10 световой коробS -1500р Демонтаж = 10\*1500 = 15000N-50 рекламный мусорS -300р Демонтаж = 50\*300 = 15000ИТОГО=68 000р | Всего: 7262017 – 6582018 –682019 –02020 –02021 –0 |  |
| Мероприятие 2.2 Оказание услуг по актуализации схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа Котельники Московской области |  | В пределах денежных средств муниципального образования предусмотренных на основную деятельность | Всего: 952017 – 952018 –02019 –02020 –02021 –0 |  |
| Мероприятие 3.1Приведение в соответствие количества и фактического расположения рекламных конструкций на территории муниципального образования согласованной Правительством Московской области схеме размещения рекламных конструкций |  | Сднк = N\*S = 50 000N-5 панель - кронштейновS -10 000р Демонтаж = 5\*10000 = 50 000Сднк = N\*S = 150 000N-5 шт (Щиты 3\*6)S -30000ИТОГО=150 000+50 000=200 000 руб. | Всего: 6002017 – 02018 –02019 –2002020 –2002021 –200 |  |
| Мероприятие 3.2Проведение мероприятий, к которым обеспечено праздничное/тематическое оформление территории муниципального образования в соответствии с постановлением Правительства Московской области от 21.05.2014 №363/16 «Об утверждении Методических рекомендаций по размещению и эксплуатации элементов праздничного, тематического и праздничного световогооформления на территории Московской области» |  | Всего min 10 баннераизготовление 1 баннера – 6500р10\*6500=65000монтаж/демонтаж 1 баннера –8000р10\*8000=80 000Итого- 145 000 Новый год и Рождество:Световые панели на столбы городского освещения 15шт1шт- 25 000р (с монтажом и демонтажем)15\* 25 000=375 000Итого- 520 000рФлаги на 3 праздника (День Победы, День России, День города) - min-50штПечать 1 флага – 3000р3000\*50= 150000Монтаж/демонтаж 1 флага – 3000р3000\*110 флагов (с имеющимися) = 330000Итого- 480 000ВСЕГО – 1 000 000 | Всего:16002017 – 02018 – 02019 – 10002020 – 3002021 –300 |  |
| Мероприятие 3.3Информирование населения об основных социально-экономических событиях муниципального образования, а также о деятельности органов местного самоуправления посредством наружной рекламы |  | Срк= N1\*S1 =50 000 руб.N1 – количество баннеров – 8;S1 – 6250 – стоимость изготовления 1 баннера; | Всего:1502017 – 02018 – 02019 –50 2020 – 502021 –50 |  |
| Мероприятие 3.4.Осуществление мониторинга задолженности за установку и эксплуатацию рекламных конструкций и реализация мер по её взысканию |  | В пределах денежных средств муниципального образования предусмотренных на основную деятельность  | Всего:02017 – 02018 – 02019 – 02020 – 02021 –0 |  |

Управляющий делами администрации Н.В. Бощеван