

	Количество единиц печатной продукции и информационных материалов (шт.)	6500	2023	-	-	-	МКУ «Агентство по рекламе»
		6500	2024	-	-	-	
		6500	2025	-	-	-	
1.1.	Праздничное, тематическое и информационное оформление к Дню Победы и Дню города Ярославля		2023	1600,0	1400,0	200,0	МКУ «Агентство по рекламе»; УМП
			2024	1700,0	1400,0	300,0	
			2025	1700,0	1400,0	300,0	
1.2.	Праздничное, тематическое и информационное оформление к Новому году		2023	2800,0	2000,0	800,0	МКУ «Агентство по рекламе»; ДГХ
			2024	5500,0	4500,0	1000,0	
			2025	6600,0	5600,0	1000,0	
1.3.	Праздничное, тематическое и информационное сопровождение социально значимых мероприятий и проектов		2023	200,0	200,0	0	МКУ «Агентство по рекламе»
			2024	700,0	200,0	500,0	
			2025	700,0	200,0	500,0	
1.4.	Изготовление печатной продукции и информационных материалов к праздничному, рекламному-информационному и тематическому оформлению		2023	1000,0	800,0	200,0	МКУ «Агентство по рекламе»; УПРПит; УМП; МКУ «ОИС»
			2024	1200,0	1000,0	200,0	
			2025	1200,0	1000,0	200,0	
1.5.	Текущее содержание элементов праздничного, информационного и тематического оформления		2023	278,0	278,0	0	МКУ «Агентство по рекламе»
			2024	365,1	365,1	0	
			2025	463,0	463,0	0	
1.6.	Организация поставки электроэнергии для потребления световыми гирляндами, расположенными на домах		2023	35,0	35,0	0	ТА Заволжского района
			2024	35,0	35,0	0	
			2025	35,0	35,0	0	
2.	Задача 2. Выявление информационных конструкций, установленных (эксплуатируемых) без соответствующего согласования либо с нарушением установленных требований		2023 – 2025	2800,0	2800,0	0	МКУ «Агентство по рекламе»
			2023	800,0	800,0	0	
			2024	1000,0	1000,0	0	
			2025	1000,0	1000,0	0	
	Площадь демонтированных информационных конструкций, установленных (эксплуатируемых) без соответствующего согласования либо с нарушением установленных требований (кв. м)	1600	2023	-	-	-	МКУ «Агентство по рекламе»
		1600	2024	-	-	-	
		1600	2025	-	-	-	
2.1.	Выявление информационных конструкций, установленных (эксплуатируемых) без соответствующего согласования либо с нарушением установленных требований		2023	800,0	800,0	0	МКУ «Агентство по рекламе»
			2024	1000,0	1000,0	0	
			2025	1000,0	1000,0	0	
3.	Задача 3: Осуществление полномочий мэрии города Ярославля по решению вопросов местного значения в области рекламы в соответствии с действующим законодательством		2023 – 2025	41362,5	41362,5	0	МКУ «Агентство по рекламе»
			2023	13637,3	13637,3	0	
			2024	13833,7	13833,7	0	
			2025	13891,5	13891,5	0	
	Количество рекламных мест, выставяемых на торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на городских рекламных местах (шт.)	61	2023	-	-	-	МКУ «Агентство по рекламе»
		81	2024	-	-	-	
		92	2025	-	-	-	
3.1.	Обеспечение деятельности МКУ «Агентство по рекламе, наружной информации и оформлению города Ярославля»		2023	13637,3	13637,3	0	МКУ «Агентство по рекламе»
			2024	13833,7	13833,7	0	
			2025	13891,5	13891,5	0	
Итого по ведомственной целевой программе			2023 – 2025	70273,6	65073,6	5200,0	МКУ «Агентство по рекламе»; ДГХ; УПРПит; УМП; МКУ «ОИС»; ТА Заволжского района
			2023	20350,3	19150,3	1200,0	
			2024	24333,8	22333,8	2000,0	
			2025	25589,5	23589,5	2000,0	

II. Методика расчета результата выполнения задачи/мероприятия ведомственной целевой программы

№ п/п	Целевой показатель	Методика расчета значения целевого показателя
1.	Количество мероприятий, проведенных с использованием элементов праздничного и тематического оформления (шт.) ↑	- плановое значение целевого показателя определяется исходя из объема средств, необходимых на оформление мест празднования и проведения социально значимых мероприятий и проектов, на основании прогнозных данных, учтенных в бюджете города (в проекте бюджета города) на очередной финансовый год и плановый период; - фактическое значение целевого показателя определяется как количество мероприятий, проведенных с использованием элементов праздничного и тематического оформления, которые прошли в отчетном периоде
2.	Количество единиц печатной продукции и информационных материалов (шт.)	- плановое значение целевого показателя определяется исходя из ежегодной потребности в печатной продукции; - фактическое значение целевого показателя определяется как количество подготовленных в печатном или электронном виде информационных материалов к праздничному, рекламному и тематическому оформлению на территории города
3.	Площадь демонтированных информационных конструкций, установленных (эксплуатируемых) без соответствующего согласования либо с нарушением установленных требований (кв. м) ↑	- плановое значение целевого показателя определяется на основании прогнозных данных, учтенных в бюджете города (в проекте бюджета города) на очередной финансовый год и плановый период, и анализа коммерческих предложений по проведению работ по демонтажу информационных конструкций, установленных (эксплуатируемых) без соответствующего согласования либо с нарушением установленных требований; - фактическое значение целевого показателя определяется на основании отчета об исполнении по предписаниям
4.	Количество рекламных мест, выставяемых на торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на городских рекламных местах (шт.)	- плановое значение целевого показателя определяется исходя из количества рекламных мест в Схеме размещения рекламных конструкций, которые ранее не были выставлены на торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на городском рекламном месте, а также из количества мест, по которым заканчиваются договоры на установку и эксплуатацию рекламной конструкции; - фактическое значение целевого показателя определяется на основании проведенных торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на городском рекламном месте за отчетный период

Список используемых сокращений:

ТА Заволжского района – территориальная администрация Заволжского района мэрии города Ярославля;  
МКУ «Агентство по рекламе» – муниципальное казенное учреждение «Агентство по рекламе, наружной информации и оформлению города Ярославля»;  
УПРПит – управление потребительского рынка, предпринимательства и туризма мэрии города Ярославля;  
УМП – управление по молодежной политике мэрии города Ярославля;  
МКУ «ОИС» – муниципальное казенное учреждение «Организационно-информационная служба мэрии города Ярославля»;  
ДГХ – департамент городского хозяйства мэрии города Ярославля;  
МП – муниципальная программа;  
ВЦП – ведомственная целевая программа;  
ГБ – городской бюджет;  
ВИ – внебюджетные источники финансирования (средства государственных корпораций, государственных внебюджетных фондов, средства организаций).