



**Администрация
городского округа Воскресенск
Московской области**

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

17.06.2022 № 2938

О внесении изменения в муниципальную программу «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики», утвержденную постановлением Администрации городского округа Воскресенск Московской области от 22.11.2019 № 14 (с изменениями от 28.02.2020 № 747, от 08.04.2020 № 1393, от 15.05.2020 № 1650, от 08.06.2020 № 1939, от 19.06.2020 № 2046, от 17.08.2020 № 2739, от 11.09.2020 № 3290, от 11.11.2020 № 4217, от 14.01.2021 № 64, от 16.02.2021 № 559, от 12.03.2021 № 946, от 12.04.2021 № 1534, от 17.06.2021 № 2689, от 03.08.2021 № 3555, от 06.09.2021 № 4258, 02.02.2022 №445, от 09.03.2022 №1038)

В соответствии со статьей 179 Бюджетного кодекса РФ и Порядком разработки и реализации муниципальных программ городского округа Воскресенск Московской области, утвержденным постановлением Администрации городского округа Воскресенск Московской области от 18.11.2019 № 10, в связи с технической правкой (изменения планируемых результатов реализации муниципальной программы и с изменением объемом бюджетных ассигнований

ПОСТАНОВЛЯЮ:

1. Внести в муниципальную программу «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики», утвержденную постановлением Администрации городского округа Воскресенск Московской области от 22.11.2019 № 14 (с изменениями от 28.02.2020 № 747, от 08.04.2020 № 1393, от 15.05.2020 № 1650, от 08.06.2020 № 1939, от 19.06.2020 № 2046, от 17.08.2020 № 2739, от 11.09.2020 № 3290, от 11.11.2020 № 4217, от 14.01.2021 № 64, от 16.02.2021 № 559, от 12.03.2021 № 946, от 12.04.2021 № 1534, от 17.06.2021 № 2689, от 03.08.2021 № 3555, от 06.09.2021 № 4258, 02.02.2022 №445, 09.03.2022 №1038), следующие изменения:

1.1 Приложение 1 «Планируемые результаты реализации муниципальной программы «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики» изложить в редакции согласно приложению 1 к настоящему постановлению;

1.2. Приложение 2 «Методика расчета значений показателей муниципальной программы «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики» изложить в редакции согласно приложению 2 к настоящему постановлению;

1.3. Приложение 1 «Перечень мероприятий подпрограммы I «Развитие системы информирования населения о деятельности органов местного самоуправления Московской области, созда-

ние доступной современной медиасреды» муниципальной программы «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики» изложить в редакции согласно приложению 3 к настоящему постановлению.

2. Опубликовать настоящее постановление в газете «Наше слово» и разместить на официальном сайте городского округа Воскресенск Московской области.

3. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на первого заместителя Главы Администрации городского округа Воскресенск Сайкину О.В.

Глава городского округа Воскресенск

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and strokes, representing the name A.V. Bolotnikov.

А.В. Болотников

Приложение 1

к постановлению Администрации
городского округа Воскресенск
Московской области
от 17.06.2021 № 298

Приложение 1 к муниципальной программе «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики»

Планируемые результаты реализации муниципальной программы «Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности местного самоуправления и реализации молодежной политики»

№ п/ п	Показатели реализации муниципальной программы	Тип показателя	Единица измерения	Базовое значение на начало реализации подпрограммы	Планируемое значение показателя по годам реализации							№ основно- го мероприя- тия в пе- речне мероприя- тий подпро- граммы
					2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Подпрограмма I «Развитие системы информирования населения о деятельности органов местного самоуправления Московской области, создание доступной современной медиасреды»											
1.1	Уровень информированности населения в социальных сетях	Рейтинг-45	балл	7,9	8	8,05	4	4	4	4	0	02
1.2	Информирование населения че- рез СМИ	Рейтинг-45	%	100	728,94	110	110,01	110,2	110,3	110,4	0	01
1.3	Наличие незаконных рекламных конструкций, установленных на территории муниципального образования	Показатель ГП: Увеличение доли фактиче- ских мест установки ре- кламных кон- струкций, со- ответствующих утвержденным	%	1,3	0	0	0	0	0	0	0	07

[illegible]

[illegible]

5. 1	Показатель 2. Общая численность граждан Российской Федерации, вовлеченных центрами (сообществами, объединениями) поддержки добровольчества (волонтерства) на базе образовательных организаций, некоммерческих организаций, государственных и муниципальных учреждений, в добровольческую (волонтерскую) деятельность, чел.	Приоритетный показатель, соглашение с ФОИВ (региональный проект)	чел.	79 600	-	22173	-	-	-	-	-	Основное мероприятие Е8. Федеральный проект «Социальная активность». Показатель мониторинга с 2021 года.
---------	--	--	------	--------	---	-------	---	---	---	---	---	--

Приложение 2

к постановлению Администрации
городского округа Воскресенск
Московской области
от 17.06.2011 № 298

Приложение 2
к муниципальной программе
«Развитие институтов гражданского общества, повышение эффективности
местного самоуправления и реализации молодежной политики»

Методика расчета значений показателей муниципальной программы

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Методика расчета показателя	Источник данных	Период представления отчетности
1	2	3	4		
1.	Подпрограмма I «Развитие системы информирования населения о деятельности органов местного самоуправления Московской области, создание до ступной современной медиасреды»				
1.1	Целевой показатель 1 Уровень информированности населения в средствах массовой информации	единиц	I – показатель информированности населения в СМИ $I = \frac{I_t}{I_b} \times 100$ где: I _t – объем информации, на одного жителя муниципального обра- зования, запланированный в результате реализации мероприятий муниципальной программы в отчетный период; I _b – объем информации, на одного жителя из числа целевой ауди- тории муниципального образования, в результате реализации мероприятий муниципальной программы базового периода. $I_{(м.)} = V_{п} + V_{р} + V_{ТВ} + V_{СИ},$ где: V _п – печатных СМИ; V _р – радио; V _{ТВ} – телевидения; V _{СИ} – сетевых изданий. $V_{(м.)} = \frac{C \times I_{м.} \times K}{I_{б}}$ * ИЦ I _{м.} – объем информации муниципальной образования (количе-		Ежеквартально

		ство материалов в печатных СМИ (не более четырех материалов на полосе формата А3); количество часов* радио-, телепередач, количество материалов, опубликованных в сетевых изданиях); С – количество экземпляров печатного СМИ (тираж), количество абонентов радио, ТВ, среднее количество просмотров одного материала сетевого издания; к – коэффициент значимости; Ца – целевая аудитория, количество совершеннолетних жителей муниципального образования (+18) по данным избирательной комиссии Московской области (http://www.moscow-reg.izbirkom.ru/chislennost-izbirateley); ИЦ – индекс цитируемости, показатель качества распространения контента СМИ. Применяется к каждому СМИ персонально по данным системы мониторинга и анализа СМИ «Медиалогия» (предоставляется каждый месяц). При $ИЦ \leq 1$, соответствующему СМИ присваивается $ИЦ=1$. 1. Коэффициент значимости печатных СМИ – 0,5 – при отсутствии подтверждающих документов применяется коэффициент 0,05. 2. Коэффициент значимости радио – 0,5 (max) – кабельное вещание/РТV – 0,1 – ФМ – 0,2 – он-лайн интернет вещание – 0,1 – городское радио** – 0,05 – вещание в ТЦ – 0,05. 3. Коэффициенты значимости телевидение – 0,5 (максимальная сумма коэффициентов) – кабельное /РТV вещание – 0,1 – спутниковое вещание – 0,2 – он-лайн интернет вещание – 0,1 – наличие/соотв. критериям «22» («21») кнопки – 0,1. 4. Коэффициент значимости сетевые СМИ – 0,5 (максимальная сумма коэффициентов) – посещаемость более 20% целевой аудитории – 0,2 – посещаемость от 10% до 20 % от целевой аудитории – 0,1 – посещаемость менее 10% от целевой аудитории – 0,05 – наличие счетчика просмотров к каждой публикации – 0,1 – наличие обратной связи – 0,2. Для участия в рейтинге принимается только новостной контент, опубликованный в сетевых изданиях (НПА не учитываются).	
--	--	---	--

			Целевое значение показателя устанавливается каждому муниципальному образованию. <i>Источником информации являются данные Муниципальных образований Московской области и Главного управления по информации Московской области.</i> Обязательным условием для каждого вида СМИ является его присутствие в системе мониторинга и анализа СМИ «Медиалогия» для ежеквартальной проверки на соответствие отчетного контента муниципальной повестке. *Количество повторов произведенного контента не должно превышать 100%. **Радиовещание через громкоговорители, установленные в местах массового пребывания людей. Например: парках, городских площадях, остановках общественного транспорта, железнодорожных станциях и пр.		
1.2	Целевой показатель 2 Уровень информированности населения в социальных сетях.	балл	А- уровень информированности населения в социальных сетях направлен на усиление вовлеченности читателей официальных аккаунтов и страниц муниципального образования Московской области в социальных сетях (балл). Расчет показателя осуществляется ежеквартально нарастающим итогом. При достижении значения показателя А 4 балла и выше – муниципальному образованию присваивается 1 место, динамика не считается. $A = k_1 + k_2 + k_3 + k_4$ где: k_1– коэффициент подписчиков, (1 балл); k_2– коэффициент просмотров публикаций, (1 балл); k_3 – коэффициент реакций (лайков, комментариев, репостов) на публикации, (1 балл); k_4– коэффициент количества публикаций, (1 балл); $k_1 = AR / AR_{цел}$ где: AR – фактическое число не уникальных подписчиков в офици-		

			альных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях на последний день отчетного периода; $AR_{\text{цел}}$ – целевое число не уникальных подписчиков (21% от числа совершеннолетних жителей, проживающих в муниципальном образовании Московской области по данным избирательной комиссии); $k_2 = \sum_{\text{проект}} / (AR_{\text{цел}} * 30 * N_{\text{мес}})$ где: $\sum_{\text{проект}}$ – фактическое число не уникальных просмотров публикаций в официальных аккаунтах главы и администрации муниципального образования за отчетный период; 30 – целевое число публикаций, которые просмотрит каждый подписчик за месяц; $N_{\text{мес}}$ – число месяцев в отчетном периоде, (ед.); $k_3 = SI / (AR_{\text{цел}} * 2.6 * N_{\text{мес}})$ 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; 2.6 – целевое число реакций на публикации, которые оставляет каждый подписчик за месяц. $k_4 = N_{\text{проект}} / 240 * N_{\text{мес}}$ где: $N_{\text{проект}}$ – число публикаций в официальных страницах и аккаунтах муниципального образования Московской области в социальных сетях за отчетный период; 240 – целевое число публикаций за месяц; Если $k_1, k_2, k_3, k_4 \geq 1$, то $k_1, k_2, k_3, k_4 = 1$		
1.3	Целевой показатель 3 Информирование населения через СМИ	%	I – показатель информированности населения в СМИ $I = \frac{I_i}{I_e} \times 100$ где: I_i – объем информации, на одного жителя муниципального образования, запланированный в результате реализации мероприятий муниципальной программы в отчетный период;		

			I_b – объем информации, на одного жителя из числа целевой аудитории муниципального образования, в результате реализации мероприятий муниципальной программы базового периода. $I_{(m)} = V_{\Pi} + V_p + V_{ТВ} + V_{СИ}$, где: V_{Π} – печатных СМИ; V_p – радио; $V_{ТВ}$ – телевидения; $V_{СИ}$ – сетевых изданий. $V_{(m)} = \frac{с \times I_{m3} \times k}{\Pi_a} * ИЦ$ где: I_{m3} – объем информации муниципального образования (количество материалов в печатных СМИ (не более четырех материалов на полосу формата А3); количество часов радио-, телепередач, количество материалов, опубликованных в сетевых изданиях); $с$ – количество экземпляров печатного СМИ (тираж), количество абонентов радио, ТВ, среднее количество просмотров одного материала сетевого издания; k – коэффициент значимости; Π_a – целевая аудитория, количество совершеннолетних жителей муниципального образования (+18) по данным избирательной комиссии Московской области (http://www.moscow_reg.izbirkom.ru/chislennost-izbirateley); ИЦ – индекс цитируемости, показатель качества распространения контента СМИ. Применяется к каждому СМИ персонально по данным системы мониторинга и анализа СМИ «Медиалогия» (предоставляется каждый месяц). При $ИЦ \leq 1$, соответствующему СМИ присваивается $ИЦ=1$. Коэффициент значимости печатных СМИ – 0,5 – при отсутствии подтверждающих документов применяется коэффициент 0,05. Коэффициент значимости радио – 0,5 (max) – кабельное вещание /РТV–0,1 – ФМ – 0,2 – онлайн интернет вещание – 0,1 – городское радио** – 0,05 – вещание в ТЦ – 0,05. Коэффициенты значимости телевидение – 0,5 (максимальная сумма коэффициентов) – кабельное /РТV вещание – 0,1 – спутниковое вещание – 0,2
--	--	--	--

			– онлайн интернет вещание – 0,1 – наличие/соотв. критериям «22» («21») кнопки – 0,1. Коэффициент значимости сетевые СМИ – 0,5 (максимальная сумма коэффициентов) – посещаемость более 20% целевой аудитории – 0,2 – посещаемость от 10% до 20 % от целевой аудитории – 0,1 – посещаемость менее 10% от целевой аудитории – 0,05 – наличие счетчика просмотров к каждой публикации – 0,1 – наличие обратной связи – 0,2. Для участия в рейтинге принимается только новостной контент, опубликованный в сетевых изданиях (НПА не учитываются). Целевое значение показателя устанавливается каждому муниципальному образованию. Источником информации являются данные Муниципальных образований Московской области и Главного управления по информации Московской области. Обязательным условием для каждого вида СМИ является его присутствие в системе мониторинга и анализа СМИ «Медиа-логия» для ежеквартальной проверки на соответствие отчетного контента муниципальной повестке.		
1.4	Целевой показатель 4 Наличие незаконных рекламных конструкций, установленных на территории муниципального образования	%	$A - \frac{B}{C} * 100\%$ $C = X + Y + Z$ где: A – незаконные рекламные конструкции по отношению к общему количеству на территории, в процентах; B – количество рекламных конструкций в схеме и вне схемы, фактически установленных без действующих разрешений; C – 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.		

1.5	Целевой показатель 5 Наличие задолженности в муниципаль- ный бюджет по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций	%	$Зрк = \frac{З1-З1}{Прк} * 100\%, \text{ где:}$ 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 процентах. З1 – задолженность по платежам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на первое число месяца, следующего за отчетным периодом (кварталом), в млн. руб. 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.		
	Подпрограмма IV «Молодежь Подмосковья»				

2.1	Целевой показатель 4 Доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, %	%	$F_{\text{твор}} = \frac{X_{\text{твор}}}{X_{\text{общее}}} \cdot 100\%$ где: X твор – численность молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, таких как конкурсы, смотры, фестивали, форумы по развитию творческих навыков, X общее – численность молодежи в муниципальном образовании, Fтвор - доля молодежи, задействованной в мероприятиях по вовлечению в творческую деятельность, %	Межведомственная статистика, аналитический отчет	10.04 – I квартал; 10.07 – II квартал; 10.10 – III квартал; 20.12 – IV квартал, 10.02 годовой отчет.
			Подпрограмма VI «Развитие туризма в Московской области»		
3.1	Целевой показатель 1 Туристский поток в Московскую область	Чел.	ТП – объем туристского потока; Ткр – число туристов, размещенных в коллективных средствах размещения (без учета жителей Московской области); Тсв – число туристов, размещенных в иных средствах размещения (без учета жителей Московской области) Значение показателя на соответствующий календарный год определяется на основании данных маркетингового исследования туристских потоков в Московской области, проведенного на территории Московской области в течение данного года Чтв = Чрт + Чит, где: Чтв - всего туристов, размещенных в КСР; Чрт - численность граждан Российской Федерации, размещенных в КСР; Чит - численность иностранных граждан, размещенных в КСР. Формируется на основании статистической отчетности (форма федерального статистического наблюдения 1-КСР "Сведения о деятельности коллективного средства размещения", утвержденная приказом Росстата от 30.07.2018 № 466 "Об утверждении статистического инструментария для организации федерального		
3.2	Целевой показатель 2 Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения	Чел.			

			статистического наблюдения за внутренней торговлей, туризмом, транспортом и административными правонарушениями в сфере экономики")		
3.3	Целевой показатель 3 Объем платных туристских услуг, оказанных населению	Млн. руб.	$V_o = \sum_{\text{ксп}} + \sum_{\text{ск}} + \sum_{\text{тф}},$ где: V_o - общий объем платных туристских услуг, оказываемых населению; $\sum_{\text{ксп}}$ - услуги гостиниц и аналогичные услуги по предоставлению временного жилья; $\sum_{\text{ск}}$ - услуги специализированных коллективных средств размещения (санаторно-курортные организации) Формируется на основании статистической отчетности (форма федерального статистического наблюдения 1-КСР "Сведения о деятельности коллективного средства размещения", утвержденная приказом Росстата от 30.07.2018 № 466 "Об утверждении статистического инструментария для организации федерального статистического наблюдения за внутренней торговлей, туризмом, транспортом и административными правонарушениями в сфере экономики")		
4.	Подпрограмма III «Эффективное местное самоуправление Московской области»				
4.1	Целевой показатель 1 Количество проектов, реализованных на основании заявок жителей Московской области в рамках применения практик инициативного бюджетирования	единиц	Количество проектов, реализованных на основании заявок жителей Московской области в рамках применения практик инициативного бюджетирования		
5.	Подпрограмма VII «Развитие добровольчества (волонтерства) Московской области»				
5.1	Показатель 2. Общая численность граждан Российской Федерации, вовлеченных центрами (сообществами, объединениями) поддержки добровольчества (волонтерства) на базе образовательных организаций, некоммерческих организаций, государственных и муниципальных учреждений, в добровольческую (волонтерскую) деятельность, чел.	чел.	$F_{\text{вм}} = \sum Y_n, \text{ где:}$ $F_{\text{вол}}$ – общая численность граждан, вовлеченных в добровольческую (волонтерскую) деятельность, X_n – количество участников мероприятия по добровольческой (волонтерской) деятельности. Для расчёта показателя учитывается возраст граждан, проживающих на территории муниципального образования Московской области, в возрасте от 7 (семи) лет и старше	Межведомственная статистика, аналитический отчет	10.04 – I квартал; 10.07 – II квартал; 10.10 – III квартал; 20.12 – IV квартал, 10.02 годовой отчет.

Приложение 3

к постановлению Администрации
городского округа Воскресенск
Московской области
от 17.06.2011 № 2018

Приложение 1
к подпрограмме I

«Развитие системы информирования населения о деятельности
органов местного самоуправления Московской области,
создание доступной современной медиасреды»

Перечень мероприятий подпрограммы I «Развитие системы информирования населения о деятельности органов местного самоуправления
Московской области, создание доступной современной медиасреды»

№ п/п	Мероприятия подпрограммы	Сроки исполне- ния меро- приятия	Источники финансирования	Всего (тыс. руб.)	Объемы финансирования по годам реализации (тыс. руб.)							Ответ- ственный за выполнение мероприя- тия подпро- граммы	Результаты выполнения мероприятия подпрограм- мы
					2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			11	12
1.	Основное меро- приятие 01 «Информирова- ние населения об основных собы- тиях социально- экономического развития и об- щественно- политической жизни»		Итого Средства федерального бюджета Средства бюджета Московской области Средства бюд- жета городского округа Воскре- сенск Внебюджетные источники	241 326,97 0,00 0,00 239 046,97 2 280,00 78 928,93	45 054,21 0,00 0,00 44 294,21 760,00 14 981,89	46 900,26 0,00 0,00 46 140,26 760,00 15 083,34	46 084,90 0,00 0,00 45 324,90 760,00 15 084,00	40 766,50 0,00 0,00 40 766,50 0,00 13 575,60	38 320,70 0,00 0,00 38 320,70 0,00 12 761,10	24 200,40 0,00 0,00 24 200,40 0,00 7 443,00	0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00		
1.1	Мероприятие	2020-	Итого									Управление	Всего с 2020

[illegible]

	экономического развития, общественно-политической жизни, освещение деятельности по развитию и распространения (вещания) телепередач		Средства бюджета городского округа Воскресенск	45 335,04	8 750,32	10 246,72	8 446,70	9 222,30	8 669,00	0,00	красненск	13145 мин. ежегодно). Охват аудитории 32 тыс. чел
1.4 .	Мероприятие 01.04 Информирование населения об основных событиях социально-экономического развития, общественно-политической жизни, освещения деятельности в электронных СМИ, распространенных в сети Интернет (сетевых изданиях). Создание и ведение информационных ресурсов и баз данных муниципальной администрации	2020-2025	Итого Средства федерального бюджета Средства бюджета Московской области Средства бюджета городского округа Воскресенск Внебюджетные источники	12 453,60 0,00 0,00 12 453,60 0,00	2 007,00 0,00 0,00 2 007,00 0,00	2 415,00 0,00 0,00 2 415,00 0,00	3 815,00 0,00 0,00 3 815,00 0,00	2 173,50 0,00 0,00 2 173,50 0,00	2 043,10 0,00 0,00 2 043,10 0,00	0,00 0,00 0,00 0,00 0,00	Управление внутренних коммуникаций Администрации городского округа Воскресенск	Всего с 2020 по 2025 гг. будет размещено 8720 материалов на сайтах телеканала Искра ВЭКТ (800 ед. ежегодно), на сайте Воскресенского информационного агентства (800 ед. ежегодно), на сайте РИАМО (144 ед. ежегодно). Ведение 1 информационного ресурса (интернет-сайт округа).
1.5 .	Мероприятие 01.05 Информирование населения	2020-2025	Итого Средства федерального бюджета	862,70 0,00	0,00 0,00	329,40 0,00	448,50 0,00	43,70 0,00	41,10 0,00	0,00 0,00	Управление внутренних коммуникаций Администрации	Изготовление полиграфической продукции к со-

[illegible]

[illegible]

[illegible]

2.1	приятие 02 Разработка новых эффективных и высокотехнологичных (интерактивных) информационных проектов, повышающих степень интереса населения и бизнеса к проблематике Московской области по социальным значимым темам, в СМИ, на интернет-ресурсах, в социальных сетях и блогосфере	2020-2025	Средства федерального бюджета	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	Управление внутренних коммуникаций Администрации городского округа Воскресенск	Размещение публикаций (постов) на 8 официальных страницах и аккаунтах муниципальных образований Московской области в объемах не менее 480 ед. в месяц (28800 ед. за 5 лет. Ожидаемое число откликов – не менее 3 на каждую публикацию.
			Средства бюджета Московской области	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
			Средства бюджета городского округа Воскресенск	2 807,20	583,20	594,00	594,00	594,00	534,60	502,50	0,00	0,00	0,00		
			Внебюджетные источники	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
			Итого	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
	Мероприятие 02.01 Информирование населения муниципального образования о деятельности органов местного самоуправления муниципалитетного образования Московской области посредством социальных сетей	2020-2025	Средства федерального бюджета	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	Управление внутренних коммуникаций Администрации городского округа Воскресенск	Размещение публикаций (постов) на 8 официальных страницах и аккаунтах муниципальных образований Московской области в объемах не менее 480 ед. в месяц (28800 ед. за 5 лет. Ожидаемое число откликов – не менее 3 на каждую публикацию.
			Средства бюджета Московской области	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
			Средства бюджета городского округа Воскресенск	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
			Внебюджетные источники	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		

3.3	Мероприятие 07.03 Информирование населения об основных событиях социально-экономического развития и общественно-политической	2020-2025	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»	округа Воскресенск	Внебюджетные источники	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
-----	--	-----------	--	--------------------	------------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]