

Додаток 1
до рішення
Черкаської міської ради
від _____ № _____

ПРОГРАМА іміджевих проєктів м. Черкаси на 2026-2030 роки

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Одним із векторів розвитку міста Черкаси є створення позитивного іміджу та просування його як на теренах України, так і за кордоном. Ці дві принципово важливі для міста сфери діяльності здатні суттєво вплинути на зміцнення соціально-економічного, культурного, освітнього та інноваційного базису та, як наслідок, значно підвищити рівень життя черкасців.

Інноваційний розвиток передбачає створення і реалізацію низки комплексних заходів, розроблених з урахуванням модулів вимірювання їх підсумкової ефективності. Програма іміджевих проєктів м. Черкаси на 2026-2030 роки (далі – Програма) передбачає просування бренду та іміджу міста на національному та світовому рівнях і є невід’ємною складовою маркетингової стратегії міста.

Зміцнення іміджу Черкас як сучасного, розвиненого європейського міста з потужним спортивним, освітнім, науковим, культурним потенціалом, у якому комфортно жити і в якому створено всі умови для постійного зростання індикаторів якості життя є основними завданнями Програми. Вони будуть вирішуватися шляхом реалізації заходів Програми завдяки постійному комплексному просуванню можливостей міста за допомогою проведення іміджевих заходів у Черкасах, Україні, на міжнародному рівні в рамках виставок, форумів, круглих столів, освітніх та культурних івентів, а також безпосередньої взаємодії з містами-побратимами тощо.

Заходи щодо зміцнення позитивного іміджу Черкас будуть здійснюватися на підставі постійного моніторингу соціально-економічної ситуації в місті та країни загалом.

II. МЕТА ПРОГРАМИ

Метою Програми є :

1. Зміцнення позитивного іміджу Черкас в Україні та в міжнародному співтоваристві за допомогою створення і впровадження масштабних іміджевих та інноваційних проєктів, створення для цього відповідних організаційних умов відповідно до стратегічних та операційних цілей розвитку міста Черкаси до 2030 року.

2. Промоція існуючого бренду та айдентики Черкас для підвищення

впізнаваності міста. Створення конкурентного іміджевого презентаційного та промоційного продукту.

3. Закріплення образу Черкас як спортивної, культурної, освітньої та інноваційної столиці України.

III. ШЛЯХИ ТА СПОСОБИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАВДАНЬ

Результати світової практики свідчать про те, що робота з формування позитивного іміджу міст набула системності, а реалізація інноваційних проєктів та проведення масштабних іміджевих заходів є привабливими сферами для розвитку іміджевої політики, завдяки якій місто стає центром інноваційної діяльності та проведення іміджевих заходів як в Україні, так і в світовому співтоваристві.

Міська програма іміджевих проєктів м. Черкаси на 2026-2030 роки повинна стати дієвим інструментом реалізації комплексного підходу до формування та зміцнення позитивного іміджу міста за допомогою створення і впровадження інноваційних промоційних проєктів.

Виконання Програми буде здійснюватися з урахуванням реалізації цілей Стратегії розвитку міста Черкаси до 2030 року шляхом:

- визначення і виконання комплексу завдань і заходів на середню та довгострокову перспективу;
- зміцнення іміджу міста шляхом проведення масштабних іміджевих заходів та проєктів у сферах спортивної, культурної, освітньої та інноваційної діяльності;
- вивчення і впровадження міжнародного досвіду із реалізації іміджевих проєктів та залучення іноземних і вітчизняних експертів-консультантів у сфері впровадження ефективних іміджевих програм;
- організації та проведення семінарів, круглих столів, нарад, конкурсів, конференцій, виставок, форумів, презентацій, у тому числі заходів міжнародного рівня та інших заходів, спрямованих на розвиток і просування можливостей та переваг міста Черкаси;
- розробка ескізів та придбання сувенірної, презентаційної та промоційної продукції для вищезазначених заходів;
- приведення об'єктів, які будуть використовуватися для проведення масштабних іміджевих заходів та проєктів, у відповідність до світових стандартів;
- широке використання можливостей українських і зарубіжних ЗМІ для зміцнення авторитету міста Черкаси на всеукраїнському та міжнародному рівнях у суміжних соціально важливих сферах;
- співпраці, вивчення та застосування на практиці вимог міжнародних організацій і асоціацій для організації та проведення в Черкасах масштабних

іміджевих заходів;

- проведення системної маркетингової кампанії з просування іміджу Черкас із використанням різних засобів комунікацій і необхідних комплексних заходів.

IV. ЗАВДАННЯ ТА ЗАХОДИ ПРОГРАМИ

План заходів та завдання реалізації Програми на 2026-2030 роки

№ з/п	Зміст заходів	Виконавець	Термін виконання, роки
1	2	3	4
1.	Розробка щорічного плану реалізації іміджевих проєктів, інформаційних кампаній та промоційних заходів	Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради	2026-2030
2.	Організація і проведення семінарів, круглих столів, нарад, конференцій, виставок, форумів, презентацій, освітніх, культурних та спортивних івентів, у тому числі заходів міжнародного рівня та інших заходів, спрямованих на розвиток і просування переваг міста Черкаси та формування сталого позитивного іміджу	Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради	2026-2030
3.	Розробка ескізів та придбання сувенірної, промоційної, презентаційної продукції для організації та проведення різного рівня заходів, у тому числі й міжнародних	Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради	2026-2030
4.	Верстка, переклад, друк, видання та розповсюдження промоційної літератури, спрямованих на поширення позитивних знань про місто, його переваги та підвищення впізнаваності міста	Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради	2026-2030
5.	Створення та оновлення архіву фото-, аудіо- та відеоматеріалів про місто Черкаси для їхнього подальшого використання при створенні	Департамент освіти на гуманітарної політики	2026-2030

	промофільмів, презентацій і проведенні іміджевих заходів. Організація виробництва та сприяння поширенню промофільмів про місто та його діяльність у різних сферах	Черкаської міської ради	
6.	Забезпечення системної взаємодії та інформування громадськості щодо сприяння та проведенню масштабних іміджевих заходів у місті Черкаси, у т. ч. семінарів, зустрічей, круглих столів, форумів тощо	Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради, інші суб'єкти	2026-2030
7.	Проведення іміджевих заходів міського, всеукраїнського та міжнародного рівнів	Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради	2026-2030
8.	Розробка та реалізація промоційних, інформаційних та рекламних кампаній у місті Черкаси	Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради	2026-2030
9.	Вивчення міжнародного досвіду, впровадження та реалізація його у міські іміджеві, культурні, освітні та спортивні заходи	Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради	2026-2030
10.	Розміщення інформації про іміджеві заходи міста в ЗМІ, соціальних мережах та в мережі Інтернет	Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради	2026-2030
11.	Створення та системне наповнення іміджевої сторінки «Черкаси» у соціальних мережах «Фейсбук» та «Інстаграм»	Департамент освіти на гуманітарної політики Черкаської міської ради	2026-2030
12.	Співпраця, організація і проведення зустрічей із представниками міжнародних та українських установ із	Департамент освіти на гуманітарної	2026-2030

	метою організації та проведення іміджевих заходів у місті Черкаси	політики Черкаської міської ради	
--	---	----------------------------------	--

V. ОБСЯГИ І ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ПРОГРАМИ

Фінансування Програми здійснюється відповідно до чинного законодавства за рахунок коштів місцевого бюджету та в межах фінансових можливостей місцевого бюджету за кодами тимчасової класифікації видатків та кредитування місцевих бюджетів.

№ з/п	Напрями використання коштів	Загальний фонд, тис.грн. (прогнозні обсяги)				
		2026 р.	2027 р.	2028 р.	2029 р.	2030 р.
1.	Замовлення послуг з розробки дизайну промоційної продукції (ескізи)	100	100	100	100	100
2.	Придбання поліграфічної продукції для проведення іміджевих та інформаційних кампаній (білборди, сіті-лайти, скролапи, банери, плакати, стенди, таблиці, вивіски, флаєри тощо)	200	200	200	200	200
3.	Придбання сувенірної продукції (брендований одяг, чашки, годинники, текстильні вироби, гумові вироби, коробки, браслети, брелоки, ручки, годинники, пакети, еко-сумки, магніти, флешки, щоденники, планери, календарі тощо)	100	200	250	100	200

4.	Придбання металевих, скляних, пластикових, акрилових тощо конструкцій для розміщення промоційних матеріалів	100	100	100	100	200
5.	Замовлення послуг фотографування, відеозапису та створення промоційних аудіо-, відеороликів та інших мультимедійних матеріалів про місто Черкаси	100	100	100	100	100
6.	Розміщення зовнішньої реклами з метою створення позитивного іміджу міста	100	100	100	100	100
7.	Організація іміджевих, промоційних, культурних, освітніх, інноваційних заходів та івентів, спрямованих на промоцію та створення позитивного іміджу міста Черкаси	100	100	100	100	100
8.	Участь у міжнародних та всеукраїнських іміджевих заходах (конференції, форуми, виставки тощо)	100	100	100	100	100
	Разом	900	1 000	1 050	900	1 100

1.	Обсяг видатків загального фонду місцевого бюджету - всього, в тис. грн.	тис. грн	900	1 000	1 050	900	1 100	4 950
1.1	Замовлення послуг розробки дизайну (ескізів)	тис. грн	100	100	100	100	100	500
1.2	Придбання поліграфічної продукції	тис. грн	200	200	200	200	200	1 000
1.3	Придбання сувенірної продукції	тис. грн	100	200	250	100	200	950
1.4	Придбання промоційних конструкцій з різного матеріалу	тис. грн	100	100	100	100	200	600
1.5	Замовлення послуг зі створення фото-, відео-, аудіоконтенту	тис. грн	100	100	100	100	100	500
1.6	Розміщення зовнішньої реклами	тис. грн	100	100	100	100	100	500
1.7	Організація та проведення іміджевих проєктів, заходів та івентів	тис. грн	100	100	100	100	100	500
1.8	Участь у міжнародних та всеукраїнських іміджевих заходах	тис. грн	100	100	100	100	100	500
Показники продукту								
1.	Макети рекламної	шт.	100	100	150	150	200	700

	продукції							
2.	Макети іміджевої продукції	шт.	100	100	150	150	200	700
3.	Макети поліграфічної продукції	шт.	100	100	150	150	200	700
4.	Макети сувенірної продукції	шт.	100	100	150	150	200	700
5.	Придбання презентаційної поліграфічної продукції	шт.	1000	1000	1200	1200	1600	6000
6.	Придбання сувенірної продукції	шт.	1000	1000	1200	1200	1600	6000
7.	Придбання промоційних конструкцій	шт.	50	50	60	60	70	290
8.	Промоційні відеоматеріали	шт.	20	20	20	20	20	100
9.	Промоційні аудіоролики	шт.	20	20	20	20	20	100
10.	Організація іміджевих проектів на освітню, культурну, спортивну тематики	од.	5	5	5	5	5	25
11.	Організація іміджевих заходів, фестивалів, воркшопів, івентів, тощо.	од.	2	2	2	2	2	10
12.	Участь в іміджевих заходах/виставка х/форумах всеукраїнського та міжнародного рівня	од.	2	2	2	2	2	10
13.	Проведення	од.	5	5	5	5	5	25

	тематичних патріотичних проектів							
--	--	--	--	--	--	--	--	--

**Звіт про виконання
Програми промоції м. Черкаси на 2021 – 2025 роки**

Аналіз виконання Програми промоції м. Черкаси на 2021 – 2025 роки (далі – Програма), затвердженої рішенням Черкаської міської ради від 15.06.2021 №6-30, показав високий результат, ефективність, значний обсяг роботи, та досягнення ключових показників, визначених планом дій. Проте на підставі постійного моніторингу соціально-економічної ситуації в місті, країні, зміцнення позитивного іміджу Черкас з урахуванням всіх викликів сьогодення та у зв'язку з закінченням дії Програми існує необхідність прийняття Програми іміджевих проєктів м. Черкаси на 2026-2030 роки.

Назва заходу	Од. вим.	Роки					
		2021	2022	2023	2024	2025 (1 півріччя)	Разом
Кількість макетів	од.	-	-	-	71	-	71
Кількість користувачі, охоплених візуальною продукцією, створеною дизайнером	осіб	-	-	-	50 000	-	50 000
Кількість друкованих матеріалів та сувенірів	од.	350	9 713	8 149	7 546	2 590	28 348
Кількість відвідувачів міста, які отримали друкований матеріал чи сувенір	осіб	350	3 985	4 450	3 600	1 350	13 735
Кількість створених мультимедійних матеріалів	од.	689	783	1 444	1 989	500	5 405
Кількість користувачі, охоплених мультимедій	осіб	995 680	1 313 057	1 735 004	1 984 345	1 223 456	7 251 542

ною продукцією після її публікації							
Кількість розміщених реklamних матеріалів	од.	1	5 728	3 699	4 245	-	13 697
Кількість промоцій них заходів та кампаній	од.	1	9	7	8	2	27
Кількість користувачі, охоплених промоцій ними кампаніями	осіб	350	9 713	8 149	7 546	2 590	19 608
<i>Обсяг видатків загального та спеціального фонду місцевого бюджету</i>							
Створення, підтримка та модернізація промоційного сайту міста Черкаси	тис. грн	-	-	-	-	-	-
Створення, підтримка та модернізація мобільного додатку	тис. грн	-	-	-	-	-	-
Розробка дизайну (макетування) промоційної продукції (в т.ч. для поширення в мережі Інтернет) про місто Черкаси	тис. грн	-	-	-	203,70	-	203,70
Верстка, переклад, друк, видання та розповсюдження промоційної літератури (книги, журнали, каталоги, брошури, буклети, афіші, плакати, календарі, листівки,	тис. грн	50,00	340,41	113,00	124,30	266,47	894,18

фірмові конверти, карти, ігри тощо); виготовлення сувенірної продукції (брендований одяг, чашки, керамічні вироби, шкатулки, браслети, брелоки, ручки, годинники, пакети, екосумки, магніти, флешки, щоденники й планінги, гаджети тощо)							
Замовлення послуг фотографування, відеозапису та створення промоційних аудіо-, відеороликів та інших мультимедійних матеріалів про місто Черкаси	тис. грн	-	19,00	-	-	-	19,00
Розміщення зовнішньої реклами з метою промоції міста Черкаси	тис. грн	-	693,00	801,37	405,22	84,93	1 984,52
Замовлення послуг просування в соціальних мережах (таргетована реклама в мережі Інтернет, SMM тощо)	тис. грн	-	-	-	-	-	-
Організація заходів спрямованих на промоцію міста Черкаси	тис. грн	-	-	-	-	85,17	85,17
Розробка та	тис.	-	-	-	-	-	-

впровадження бренду міста Черкаси, його просування	грн						
Участь у міжнародних та всеукраїнських промоційних заходах (конференції, форуми, виставки тощо).	тис. грн	-	-	-	91,08	-	91,08
Проведення конкурсів на створення оригінального туристичного продукту	тис. грн	-	-	-	-	-	-
Промоція об'єктів туристичної інфраструктури	тис. грн	174,00	-	-	-	-	174,00
Всього обсяг видатків по програмі:	тис. грн	224,00	1 052,41	914,37	824,30	436,57	3 451,65

Відділом іміджевих проєктів управління гуманітарної політики департаменту освіти та гуманітарної політики Черкаської міської ради (далі – Відділ) у межах Програми у 2021 році було реалізовано проєкт «Пізнай Черкаси» зі встановлення в місті туристичної навігації, а саме інформаційних смарт-таблиць, стел і пілонів. Проєкт реалізовано за кошти субвенції в сумі 174 тис. грн, наданої Черкаською обласною державною адміністрацією.

Наприкінці 2021 року Відділ розпочав роботу над створенням і затвердженням бренду міста, брендбуку та іміджевої (маркетингової) стратегії. Було проведено низку тематичних досліджень, опитувань, а також зібрано аналітичні дані, зокрема:

- зібрано та узагальнено інформацію про «магніти» міста Черкаси (цікаві історичні факти про його створення, об'єкти архітектури й культури, місця для відпочинку – пляжі й парки, традиційні місцеві фестивалі та конкурси);
- сформовано список потенційних амбасадорів міста Черкаси – понад 180 діячів культури, спорту, бізнесу тощо, які стали відомими як в Україні, так і за її межами для подальшої популяризації та промоції міста;
- проаналізовано ринок маркетингово-брендингових компаній України, зібрано комерційні пропозиції (інформацію про діючі бренди міст, які вони розробили, умови співпраці) для врахування під час підготовки тендерної документації;

- організовано робочу зустріч із представниками Агенції туристичних ініціатив та digital-студії WhiteStudioDesign, у межах якої проведено перший семінар з активною громадою міста щодо важливості брендування Черкас для його подальшого просування в Україні та за кордоном;

- проведено тематичне опитування серед містян щодо асоціацій про місто. З анкет, заповнених черкасцями, обрано членів робочої групи для розробки айдентики, брендбуку та іміджевої (маркетингової) стратегії міста Черкаси;

- ухвалено рішення виконавчого комітету Черкаської міської ради від 22.02.2022 № 177 «Про утворення та затвердження складу робочої групи для розробки брендбуку та іміджевої стратегії міста Черкаси», до складу якої увійшли (за згодою) представники органів влади, комунальних підприємств, діячі культури й мистецтва, красзнавці, науковці, маркетологи, дизайнери, громадські активісти, молодь, представники рекламного, туристичного та інших видів бізнесу;

- заплановано першу зустріч робочої групи на 28.02.2022. Проте з об'єктивних причин вона не відбулася, а всі подальші роботи з розробки айдентики, брендбуку та іміджевої стратегії міста Черкаси були призупинені.

У 2022 році Відділ реалізував серію інформаційно-промоційних заходів патріотичного спрямування, покликаних підвищити свідомість і згуртованість громади. Серед основних ініціатив – «Інформаційна кампанія «Черкаси», «Черкаси – наш дім. Дім для всіх українців», «Черкаси – місто відважних», а також кампанії до Дня Української Державності, Дня Незалежності, Дня міста Черкаси та Дня Українського козацтва. У межах цих заходів на рекламних площинах міста розміщували інформаційні матеріали: білборди, банери, сітілайти, скролери, плакати й афіші. Також виготовлено банери «Черкаси – це Україна», які прикрасили адміністративні будівлі. Серед містян розповсюджували буклети, брошури, стікерпаки та інші інформаційні матеріали, що підкреслювали значення свят і залучали громаду до участі.

До Міжнародного жіночого дня запущено онлайн-проект «Жінки в історії Черкас», для якого розроблено інформаційний контент та дизайн візуального оформлення. У квітні 2022 року виготовлено дитячі розмальовки «Розмалюй Черкаси» (понад 1500 примірників), які були передані до Гуманітарного центру Черкаської міської ради та закладів, у яких перебували ВПО.

У 2022 році до Всесвітнього дня вишиванки Відділ презентував фотопроєкт «Вишиванкова родина Черкас» у сквері «Юність». Протягом весни-літа було запущено проєкт онлайн-садочка «Че-садочок» – загалом знято та опубліковано понад 40 відеовипусків.

Розроблено, презентовано та розповсюджено у соціальних мережах, на рекламних носіях із можливістю транслювати відеоматеріал, а також у ЗМІ відеопривітання для випускників закладів загальної середньої освіти міста Черкаси «Випуск 2022. Черкаси».

До Дня Незалежності та Дня Державного Прапора України Відділ організував міський проєкт «Chebookcrossing» для популяризації та поширення

української літератури за кордоном. У сквері «Юність» встановлено тематичну фотозону, куди містяни приносили книги українською мовою. Загалом зібрано понад 500 книг, які відправлено до різних міст Польщі, Чехії та Німеччини. Також у межах цього проєкту підписано договір про співпрацю з воєводською та міською публічною бібліотекою міста Бидгощ щодо реалізації культурно-мистецьких проєктів.

До Дня міста у 2022 році проведено широкомасштабну рекламno-інформаційну кампанію з розміщенням зовнішньої реклами патріотичного характеру «Вітаємо Черкаси. Місто відважних» (білборди, сітілайти, скролери, плакати тощо). Також створено відеоісторію «Черкаси. Хроніка війни», у якій показано, чим займалося наше місто від початку повномасштабного вторгнення.

Проведено рекламno-патріотичну кампанію «Черкаси – гуманітарний тил України» з розміщенням однойменної зовнішньої реклами.

У 2023 році проведено рекламну кампанію до роковин повномасштабного вторгнення РФ в Україну під назвою «365 днів Незламності» (з розміщенням зовнішньої реклами). Також відбулася низка інформаційних і рекламних кампаній, зокрема інформаційно-промоційні заходи патріотичного спрямування: «Інформаційна кампанія «Черкаси», «Черкаси – наш дім. Дім для всіх українців», «Черкаси – місто відважних», а також кампанії до Дня Української Державності, Дня Незалежності України, Дня міста Черкаси та Дня Українського козацтва.

До 737-ї річниці заснування Черкас стартував інформаційний проєкт «Мої Черкаси. Екскурсія про твоє місто» – була виготовлена та встановлена в сквері «Юність» мобільна конструкція, на якій презентували проєкт. За допомогою QR-коду можна отримати доступ до відеоекскурсії про історію та визначні місця міста. Цього ж року організовано промоційні й інформаційні заходи, спрямовані на підтримку патріотичного духу, підвищення обізнаності про історію міста та популяризацію його культурної спадщини. Також на рекламних носіях міста були розміщені білборди, сітілайти тощо в межах інформаційно-реklamної кампанії під назвою «Переможемо – відсвяткуємо!».

У 2024 році Відділ уклав договір із ФОП Поліщук Олександром Андріївною про те, що вона як дизайнер надала на безоплатній основі брендбук міста Черкаси власної розробки. Цей брендбук був допрацьований фахівцями відділу й відтепер використовується на сувенірній, подарунковій, промоційній, рекламній і презентаційній продукції.

У 2024 році до другої річниці повномасштабного вторгнення в місті Черкаси реалізовано проєкт «Найдовший лютий у житті», що передбачав візуальне оформлення мобільної конструкції в сквері «Юність» і розміщення соціальної реклами на патріотичну тематику. Проєкт мав на меті не лише вшанування пам'яті про трагічні події, а й формування національної єдності та громадянської свідомості серед жителів міста.

З метою розвитку практичних навичок критичного мислення, медіаграмотності та культури споживання інформаційного контенту серед учнів закладів загальної середньої освіти Відділ організував та успішно

реалізував інформаційно-просвітницький проєкт «Урок медіаграмотності для школярів». У межах проєкту проведено інтерактивні заняття за участі керівників і головних редакторів місцевих ЗМІ та телеканалів, а також викладачів кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Захід сприяв підвищенню інформаційної обізнаності молоді та формуванню вміння орієнтуватися в сучасному мультимедійному середовищі.

Упродовж року Відділом реалізовано низку промоційних кампаній, зокрема до Дня міста Черкаси, Дня Українського козацтва та новорічних свят. Ці кампанії мали на меті популяризацію культурної ідентичності міста, його історії, туристичної привабливості та соціально-інформаційної активності громади.

У листопаді 2024 року Відділ долучився до Всеукраїнського форуму «Європейський регіональний саміт шкільного харчування». У межах Програми забезпечено учасників делегації Черкас промоційною та сувенірною продукцією. Форум мав на меті сприяти обміну досвідом і кращими практиками організації харчування в закладах освіти, впровадженню ефективних реформ і налагодженню міжрегіональної співпраці.

Також у межах реалізації Програми Відділ забезпечив участь черкаської делегації в Міжнародній виставці «REBUILD UKRAINE – 2024», що відбулася 13–14 листопада 2024 року у Варшаві (Польща). Учасники отримали брендовану промоційну продукцію, що сприяла презентації міста на міжнародному рівні як активного учасника процесу відбудови України.

У травні 2025 року в Черкаській обласній філармонії відбувся ще один важливий захід – фестиваль медіаграмотності «МедіаPRO», організований для учнів 10–11 класів закладів загальної середньої освіти міста Черкаси. Це був перший фестиваль такого формату в Черкасах. Його метою було не лише навчити школярів розрізняти правдиву інформацію та фейки, а й дати їм змогу спробувати себе в ролі журналістів, редакторів та репортерів. Захід поєднав освітню, інтерактивну й творчу складову, створивши для підлітків середовище для розвитку аналітичного мислення та навичок сучасної комунікації.

Окрім цього, у місті триває реалізація довготривалого інформаційно-промоційного проєкту «Черкаси», спрямованого на популяризацію міста як культурного центру регіону. У межах цієї ініціативи оновлюється мобільна конструкція в сквері «Юність», плануються нові партнерства з медіа, створення відео- та фотоконтенту, а також залучення молоді до формування позитивного образу міста.

Також з 2021 року діє промоційна сторінка «Черкаси» в соціальних мережах Instagram та Facebook, яка щоденно наповнюється промоційним контентом для популяризації міста, його особливостей і переваг.

Відповідно до Програми Відділ закуповує та забезпечує офіційні делегації від Черкаської міської ради та її виконавчих органів (за потреби) сувенірною, іміджевою та промоційною продукцією для належного позиціонування та представлення переваг міста.

