

Dunaújváros Városmarketing Terve

Operatív terv



Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	5
Gazdaság fejezet.....	6
Potenciális befektetők megkeresése.....	7
A város logisztikai funkciójának erősítése.....	8
Befektetői és vállalkozás-fejlesztési információs rendszer.....	9
Ipari és kereskedelmi célra felhasználható területek előkészítése.....	10
Befektetők és helyi vállalkozások számára biztosítható új kedvezmények rendszerének kidolgozása.....	11
Helyi vállalkozások partnerkapcsolatainak erősítése.....	12
Marketing tanfolyamok vállalkozásoknak.....	13
Munkahelyi egészségfejlesztés.....	14
Helyi vállalkozások bevonása a szakképzésbe.....	15
Potenciális befektetőket célzó kutatás.....	16
Program a környezet-rehabilitációs technikák fejlesztésére.....	17
Ember fejezet.....	18
„A tisztább Dunaújvárosért” program kidolgozása és megvalósítása.....	19
Új buszhálózat kialakításának kezdeményezése.....	20
Allergén növények évi irtási akcióprogramja.....	21
Életmód-fejlesztő programok kialakítása és oktatása.....	22
Közösségfejlesztési program kidolgozása.....	23
Egészséges életmóddal kapcsolatos programok kommunikációja.....	24
Dohányzás, alkohol és drog elleni kommunikáció.....	25
Fiatal diplomások támogatási rendszerének kialakítása.....	26
Nyugdíjsház építésének támogatása.....	27
A betegek és a fogyatékos emberek helyi érdekképviselőitének fejlesztése.....	28
A fogyatékos személyek társadalmi integrációjának, foglalkoztatásának, rehabilitációjának támogatása a marketing eszközeivel.....	29
Oktatási lehetőségek kommunikációjának javítása.....	30
A diákok és diákönkormányzatok folyamatos tájékoztatása jogaikról, lehetőségeikről és kötelezettségeikről.....	31



Lépcsőzetes lakáscserét elősegítő mechanizmusok megvalósíthatósági tanulmánya	32
A vásárlók jogainak megismertetése a lakossággal.....	33
Átfogó szociális adatbázis és szociális érdekképviseleti rendszer kialakítása	34
Egészségügyi PR terv kidolgozása.....	35
Egészségügyi együttműködés, partnerség hálózat kialakítása	36
Környezetvédelmi témájú konferenciák, nyári egyetemek szervezése	37
Autómentes nap (szeptember 22.) megszervezése	38
Pályaválasztási információs kampány.....	39
Szórakoztató szocreál irodalmi előadások	40
Évfordulós és művészeti adatbázis.....	41
Telekvásárlást segítő rendszer	42
Pihenés fejezet.....	43
Tercier szektorbeli befektetés-ösztönzési csoport	44
Legjobb turisztikai szolgáltató díj	45
A város mecénása díj	46
Egyedi, országos rendezvény, attrakció megszervezése.....	47
Városi kulturális napok	48
Tehetségkutató zenei verseny	49
Szabadidős portál kialakítása	50
A város képviselete kiállításokon	51
Turisztikai arculati kézikönyv kidolgozása	52
Turisztikai célú kutatás.....	53
Rendezvény-koordináció hatékonyságának növelése	54
A gyurgyalag fészkelő hely népszerűsítése	55
A város bekapcsolása az országos helymeghatározási versenybe	56
Arborétum és erdei iskola kialakítása	57
Kilátó Városháza tetején	58
Szocreál „skanzen”, építészeti emlékhely a belvárosban.....	59
Családi sportkártya	60
Az Újvárosi 4 próba országos szintűre való bővítése.....	61
Testvérvárosok kiállítása.....	62
Marketing fejezet	63



Városmarketing szervezeti háttérének kialakítása	64
Városfejlesztési terv kidolgozása	65
Városfejlesztési intézményi háttérének fejlesztése	66
Folyamatos marketingkutató Dunaújvárosban	67
Dunaújváros Arculati Terve	68
Kiadványok a városról	69
Dunaújváros emblematikus alakja	70
A Dunaújvárosi Főiskola ismertségének és imázsának javítása	71
Vetélkedők szervezése a városról	72
Marketing tanfolyamok intézményeknek és civil szervezeteknek.....	73
Pályázat az értékek és negatívumok feltárására.....	74
Önkormányzati sajtóiroda fejlesztése	75
Összehangolt médiakampány Dunaújvárosról.....	76
Városi partnerségi hálózat	77
Sportnap szervezése az önkormányzati intézmények alkalmazottai számára.....	78
Városmarketing témájú rovatok a helyi médiában	79
PR terv az iskolaváros funkcióra	80
A Nemzet Tömegsport Városa kommunikációs kampány.....	81
E-településmarketing megoldások kifejlesztése.....	82



Bevezetés

A koncepcióban kifejtett stratégiai céloknak megfelelően, négy fejlesztési fejezetben fogalmaz meg az Operatív terv intézkedéseket, amelyek a városmarketing eszközeivel, módszereivel támogatja a kitűzött célok elérését, a jövőkép valósággá válását.

Az intézkedések egységes formátumban jelennek meg, amelynek az összetevői a következők:

- Kapcsolódó prioritás: az intézkedés a koncepcióban megfogalmazott mely stratégiai célhoz, célokhoz kapcsolódik
- Intézkedés megnevezése: az intézkedés tartalmára utaló rövid kifejezés, mondat
- Marketing-mix kapcsolódás: az intézkedés melyik marketing-mix elem (termék, ár, eladási csatornák, promóció) oldaláról közelíti meg a célt. A mix-elemekről a Környezet- és szituációelemzésben lehet részletesebben olvasni
- Intézkedés célja: az intézkedés által kitűzött fő cél megfogalmazása
- Indoklás: miért van szükség az adott intézkedésre?
- Az intézkedés rövid leírása: az intézkedés lehetséges tevékenységeinek összefoglalása
- Lehetséges megvalósító: javaslat a tevékenységek megvalósítását irányító projektgazda személyére
- Lehetséges partnerek: a megvalósulást segítő szervezetek
- Megvalósítás becsült ideje: a tevékenységek elvégzéséhez szükséges idő
- Megvalósítás becsült költsége: a megvalósítás forrásai
- Várható konkrét eredmények: az intézkedés tényleges, felmutatható eredményei (indikátorok megjelölésével)
- Várható hosszabb távú hatások: azok az – időben a megvalósítástól elváló – eredmények, amelyekhez az intézkedés hozzájárul, és amelyek szélesebb körben érzékelhetőek
- Kapcsolódás más intézkedésekhez: az Operatív terv más intézkedéseivel való kapcsolat



Gazdaság fejezet

Dunaújváros gazdasága egy jelentős szerkezetátalakulás előtt áll – már évek óta, de eddig nagymértékű változások nem indultak meg. A Dunaferri vállalatcsoport – mint legnagyobb foglalkoztató – privatizációja és a nagy infrastrukturális beruházások (M6 autópálya és a Duna-híd) hatására azonban a gazdasági folyamatok új lendületet vehetnek, amelyek a helyi szereplők megfelelő tevékenységével pozitív irányba vihetik a város és a térség jövőjét.

A helyzetelemzésben feltárt lehetőségekre alapozva, illetve a jövőképek megfelelően Dunaújváros ipari és logisztikai központi szerepét kell a jövőben hangsúlyozni. Ez meghatározó lesz a város gazdasági életében, így a meglévő és a jövőbeni projekteket is ehhez kell majd igazítani.

A városmarketing intézkedései ezeket a pozitív folyamatokat kell, hogy támogassák, három területre fókuszálva:

1. Befektetők vonzása, kezelése: a legtöbb városban a leginkább jellemző és elterjedt marketing feladatok egyike. Dunaújváros sajátossága, hogy a befektetéseknek több peremfeltétele hiányzik (előkészített, megfelelő nagyságú terület, egységes és szervezett fellépés a befektetők fogadására, stb.).
2. Helyi vállalkozások fejlesztése, működési feltételeik javítása: itt leginkább közvetett marketingeszközök alkalmazhatóak, mint a marketing személetmód terjesztése, vagy a partnerség és az együttműködés fejlesztése.
3. A munkavállalók és a munkaerőpiac fejlesztése: a fő hangsúlyt a munkaerőpiac szereplői (munkaadók, munkavállalók, képzők, hivatalok) között kommunikáció javítására kell tenni.



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	I.1 Befektetők vonzása, kezelése
Intézkedés megnevezése	Potenciális befektetők megkeresése
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	Hatékony marketing tevékenységgel növekedjen a külső befektetők száma
Indoklás	A gazdaság fejlesztésének egyik alapja a tőke városba vonzása, amely új munkahelyeket teremt, és új bevételeket jelent. Ehhez szükség van egy tudatos, összehangolt marketing tevékenységre, hogy a befektetők telephely-választási döntéseit pozitívan befolyásoljuk.
Intézkedés rövid leírása	A meglévő „egyablakos rendszer” munkacsoport bővítése Potenciális partnerek (befektetők) folyamatos felkutatása Kiadványok készítése befektetőknek Kapcsolatteremtés a befektetőkkel, fogadásuk, kezelésük mechanizmusának kialakítása A kínálat internetes megjelenítése
Lehetséges megvalósító	Innopark Kht.
Lehetséges partnerek	ITDH DMJV Önkormányzata M8-Dunahíd Kht. Kistérségi EU és Idegenforgalmi Kht. Dunaújváros Online Kft.
Megvalósítás becsült ideje	Kialakítás: 6 hónap Működés: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	0,5-2 millió Ft / év
Várható konkrét eredmények	Új kapcsolatok befektetőkkel Befektetői kiadványok Összehangolt befektető-kezelési tevékenység
Várható hosszabb távú hatások	Javuló imázs Befektetések valósulnak meg, Munkahelyteremtés Önkormányzati bevételek növekedése
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Befektetői és vállalkozás-fejlesztési információs rendszer A város logisztikai funkciójának erősítése Befektetők és helyi vállalkozások számára biztosítható új kedvezmények rendszerének kidolgozása



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	I.1 Befektetők vonzása
Intézkedés megnevezése	A város logisztikai funkciójának erősítése
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	A város legyen alkalmas a logisztikai központ szerepre
Indoklás	Előkészítés alatt áll a Duna-híd és az M6-os autópálya, és egy új, közforgalmú kikötő is van az országos tervekben. Emellett a repülőtér is alkalmas a fejlesztésre, és az ipari-logisztikai beruházásokhoz kapcsolódóan a vasúti elérhetőség szintén javításra szorul. Ezeket a fejlesztéseket a városmarketingnek is támogatnia kell.
Intézkedés rövid leírása	Munkacsoport alakítása A lehetséges logisztikai fejlesztések áttekintése, tervezése és támogatása A cél eléréséhez szükséges információk megszerzése, pályázati forrás, illetve befektetők felkutatása, területek előkészítése és kiajánlása
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata
Lehetséges partnerek	Innopark Kht. M8-Dunahíd Kht. Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara
Megvalósítás becsült ideje	folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	A munkacsoport tagjai külön díjazásban nem részesülnek, mert ez munkakörükhöz tartozik.
Várható konkrét eredmények	Logisztikai munkacsoport Kijelölt logisztikai területek, logisztikai befektetések Kidogozott és eladható logisztikai „termék”
Várható hosszabb távú hatások	A logisztikai funkcióhoz szükséges infrastruktúra fejlődik Áruforgalom növekedik, új vállalkozások jelennek meg
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Ipari és kereskedelmi célra felhasználható területek előkészítése



Kapcsolódó prioritás	I.1 Befektetők vonzása, kezelése
Intézkedés megnevezése	Befektetői és vállalkozás-fejlesztési információs rendszer
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatornák
Célja	Folyamatosan álljon rendelkezésre információ a helyi vagy idegen vállalkozások fejlesztési szándékairól (terület, partnerkapcsolat, stb.)
Indoklás	Jelenleg kevés információval rendelkezünk arról, hogy a helyi cégek mit kívánnak megvalósítani, fejleszteni, és hogy a befektetőknek mik a szándékaik. Ezért a befektetési piac keresletének és kínálatának hatékonyabb összehangolása szükséges.
Intézkedés rövid leírása	Információgyűjtés, rendszerezés, frissítés Fejlesztési ötletek gyűjtése és ajánlása a helyi vállalkozásoknak (pl. honlap formájában)
Lehetséges megvalósító	Innopark Kht.
Lehetséges partnerek	Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara Kistérségi EU és Idegenforgalmi Kht. DMJV Önkormányzata Dunaújváros Online Kft.
Megvalósítás becsült ideje	Kialakítása: 6 hónap Működtetés: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Kialakítás: 2 millió Ft Működtetés: 500 e Ft
Várható konkrét eredmények	Rendezett információáramlás, megfelelő információ a fejlesztési döntésekhez
Várható hosszabb távú hatások	Új vállalkozások megjelenése, fejlesztések bővülése Munkahelyteremtés
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



Kapcsolódó prioritás	I.1 befektetők vonzása, kezelése
Intézkedés megnevezése	Ipari és kereskedelmi célra felhasználható területek előkészítése
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	A térség iránt érdeklődő befektetők részére álljanak rendelkezésre céljaik megvalósítására alkalmas területek
Indoklás	Dunaújvárosban kevés a nagyobb kiterjedésű összefüggő iparterület, ami részben a város kis kiterjedésű külterületének köszönhető. Emellett az ipari park lassan megtelik, nagyobb befektető fogadására már nem képes.
Intézkedés rövid leírása	Közigazgatási határon belüli területek felmérése, rendezése. Közigazgatási határon kívüli területek felmérése. Együttműködés a környező települések önkormányzataival
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata
Lehetséges partnerek	Szomszédos települések önkormányzatai DMJV PH Városgazdálkodási Iroda, Főépítészeti Iroda Innopark Kht. M8-Dunahíd Kht.
Megvalósítás becsült ideje	folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	
Várható konkrét eredmények	Zöldmezős beruházásokra alkalmas területek mennyiségileg bővülnek
Várható hosszabb távú hatások	Befektetők letelepülése Munkahelyteremtés Dunaújváros gazdasági növekedése
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Potenciális befektetők megkeresése



Kapcsolódó prioritás	I.1 Befektetők vonzása, kezelése I.2 Helyi vállalkozások fejlesztése, működési feltételeik javítása
Intézkedés megnevezése	Befektetők és helyi vállalkozások számára biztosítható új kedvezmények rendszerének kidolgozása
Marketing-mix kapcsolódás	Ár
Célja	A város versenyképessége a befektetői piacon javuljon, a helyi vállalkozások terhei csökkenjenek, fejlesztéseik bővüljenek
Indoklás	Jelenleg az önkormányzat a rossz anyagi helyzete miatt túlzottan arra összpontosít, hogyan tud forrásokat elvonni a helyi vállalkozásoktól és a majdan betelepülni szándékozóktól. Az EU csatlakozás miatt a vállalkozások (főleg a betelepülők) számára új támogatási formákat szükséges kidolgozni.
Intézkedés rövid leírása	Az önkormányzat, figyelembe véve a gazdálkodás szempontjait és a város hosszú távú fejlesztési céljait, készítsen tervezetet a vállalkozások részére adható kedvezményekről, és azok hatásairól.
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata
Lehetséges partnerek	Innopark Kht. M8-Dunahíd Kht. Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara Helyi vállalkozások ITDH
Megvalósítás becsült ideje	6 hónap
Megvalósítás becsült költsége	500-1.500 e Ft
Várható konkrét eredmények	Város gazdasági életének erősödését szolgáló egységes és modern kedvezményrendszer
Várható hosszabb távú hatások	Több érdeklődő befektető Helyi vállalkozói kedv előremozdítása Gazdasági szerkezet átalakulása
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Potenciális befektetők megkeresése



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	I.2 Helyi vállalkozások fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Helyi vállalkozások partnerkapcsolatainak erősítése
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatornák
Célja	A helyi vállalkozások közötti kapcsolatok erősödjenek, a helyi kínálat a helyi kereslethez jobban igazodjon
Indoklás	Az együttműködési hajlandóság és aktivitás elhanyagolható. Az intézkedés fokozná a vállalkozások versenyképességét és eredményességét, így az Önkormányzat költségvetésére is pozitív hatást gyakorolna. A vállalkozásokat ösztönözni kell a helyi beszállítók, helyi szolgáltatások igénybevételére.
Intézkedés rövid leírása	A cégek egymás iránti érdeklődésének felkeltése pozitív üzenetű konferenciákkal, tájékoztatásokkal, munkaértekezletek szervezésével Helyi projektekhez helyi vállalkozók megkeresése Klaszterek, beszállítói hálózatok kialakítása
Lehetséges megvalósító	Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara Innopark Kht.
Lehetséges partnerek	DMJV Önkormányzata Internetes szolgáltatók
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	
Várható konkrét eredmények	Partnerkapcsolatok száma nő Együttműködések, közös beruházások száma nő Beszállítói hálózatok, klaszterek kialakulnak fejlődnek
Várható hosszabb távú hatások	Erősödő helyi piac Eredményesebb vállalkozások Bővülő kistérségi gazdaság, munkahelyteremtés
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	I.2 Helyi vállalkozások fejlesztése, működési feltételeik javítása
Intézkedés megnevezése	Marketing tanfolyamok vállalkozásoknak
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatornák
Célja	Terjedjen el a marketing szemléletmód a városi vállalkozásoknál
Indoklás	A vállalkozások körében nem elterjedt a marketing szemléletmód, nem használják a korszerű marketing eszközöket. A marketing szemléletmód elterjesztésével a szereplők nagyobb fontosságot tulajdonítanak a kommunikációnak és a partnerségnek, az igények teljes körű kielégítésének.
Intézkedés rövid leírása	Tevékenységek: <ul style="list-style-type: none"> ○ Tanfolyamok célcsoportjainak meghatározása ○ A tanfolyamok (internetes is) megszervezése és lebonyolítása ○ Visszacsatolás, kontrolling tevékenység
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Unió és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	Dunaújvárosi Főiskola Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara Vállalkozások Internetes szolgáltatók
Megvalósítás becsült ideje	Kb. 2 hónap tanfolyamonként
Megvalósítás becsült költsége	500.000 Ft, amit részben a résztvevők fedeznek
Várható konkrét eredmények	A marketing szemléletmód és a marketing eszközök elterjedése az a vállalkozásoknál
Várható hosszabb távú hatások	Erősödik a szereplők közötti partnerség, ezáltal javul a város belső kommunikációja Javul a vállalkozási tevékenységek hatékonysága, nő a profit Fejlődik a helyi gazdaság
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Marketing tanfolyamok intézményeknek



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	I.3 Munkavállalók és a munkaerőpiac fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Munkahelyi egészségfejlesztés
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	A helyi munkavállalók egészsége javuljon.
Indoklás	A munkahelyi egészségfejlesztés elhanyagolt a helyi vállalkozások körében. A munkáltatók nem fordítanak figyelmet erre a területre, mert még nem ismerték fel, hogy ez számukra egy kifizetődő tevékenység. A lakosok egészségének romlása egyrészt a munkahelyi stressznek köszönhető.
Intézkedés rövid leírása	Városi munkahelyi egészségfejlesztési akcióprogram kidolgozása és megvalósítása A munkahelyi egészségfejlesztés fontosságának elterjesztése a vállalkozások körében
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Munkavédelmi Központ
Lehetséges partnerek	Egészségmegőrzési Központ DMJV PH Egészségügyi Iroda Szent Pantaleon Kórház Helyi vállalkozások
Megvalósítás becsült ideje	Kidolgozás: 1 év Megvalósítás: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Kidolgozás: 1-2 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Városi munkahelyi egészségfejlesztési akcióprogram elkészül A munkahelyi egészségfejlesztés megítélése javul
Várható hosszabb távú hatások	A munkavállalók egészsége javul A munkahelyi elégedettség nő A termelékenység javul
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Életmód-fejlesztő programok kialakítása és oktatása



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	I.3 A munkavállalók és a munkaerőpiac fejlesztése II.3 A lakosok fejlődési lehetőségeinek javítása
Intézkedés megnevezése	Helyi vállalkozások bevonása a szakképzésbe
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	A munkaerő-piaci kereslet és kínálat összehangolása legyen hatékonyabb. Az oktatási intézmények és a helyi vállalkozások partnersége erősödjön.
Indoklás	Az oktatási intézmények kínálata gyakran nem alkalmazkodik a munkaerő-piaci kereslethez. Az oktatásból kikerülő fiatalok ezért többségében elvándorolnak a térségből. A helyi vállalkozások és oktatási intézmények partnerségének erősítésével az oktatás színvonala nőne és a fiatalok is könnyebben találnának munkalehetőséget a városban.
Intézkedés rövid leírása	Az oktatási intézmények potenciális partnerségi hálózatának felmérése, és a partnerség kialakítása. A helyi vállalkozók ösztönzése a szakképzésbe történő bekapcsolódásra, a fiatalok foglalkoztatására.
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Foglalkoztatási és Felnőttképzési Közalapítvány
Lehetséges partnerek	DMJV PH Oktatási Iroda Oktatási intézmények Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara Helyi vállalkozások Dunamenti Regionális Népfőiskola
Megvalósítás becsült ideje	Szervezés: 8 hónap Megvalósítás: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	
Várható konkrét eredmények	A helyi vállalkozók részt vesznek a szakképzésben, és partnerséget építenek ki az oktatási intézményekkel.
Várható hosszabb távú hatások	A munkaerő-piaci kereslet és kínálat kiegyensúlyozottabb lesz, illetve az oktatási intézményekből kikerülő fiatalok a városban helyezkednek el.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Fiatal diplomások támogatási rendszerének kialakítása A helyi vállalkozások partnerkapcsolatainak erősítése



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	I.1. Befektetők vonzása, kezelése
Intézkedés megnevezése	Potenciális befektetőket célzó kutatás
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	A potenciális befektetőkről több információ álljon rendelkezésre. A (potenciális) befektetők Dunaújvárosról alkotott véleménye legyen ismert.
Indoklás	Jelenleg a befektetők egységes kezelése nem megoldott Dunaújvárosban, illetve kevés információ áll rendelkezésre a befektetési szándékokról és a város megítéléséről.
Intézkedés rövid leírása	Egy komplett piackutatás lefolytatására lenne szükség, melynek célcsoportja a jelenlegi és potenciális befektetői kör. A kutatás szekunder és primer részből állna, feltáró kutatás lenne, és kérdőívek, illetve mélyinterjú segítségével mérné fel a befektetői hajlandóságot és attitűdöket.
Lehetséges megvalósító	Dunaújvárosi Főiskola Térségfejlesztési Kutatócsoport
Lehetséges partnerek	Innopark Kht. Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara Oktatási intézmények
Megvalósítás becsült ideje	Szervezés: 6 hónap Megvalósítás: 8 hónap
Megvalósítás becsült költsége	10 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Pontos információk a potenciális befektetők véleményéről, attitűdjeiről. (kutatási eredményekről tanulmány). Potenciális befektetők megismerése (befektetők száma).
Várható hosszabb távú hatások	Az attitűdök megismerésével a befektető-kezelés (pl. kedvezmények adása) pontosan az igényekhez alakítható, így a befektetések száma nő. Újabb munkahelyeket teremtenek a városban.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Befektetők és helyi vállalkozások számára biztosítható új kedvezmények rendszerének kidolgozása Befektetői és vállalkozás-fejlesztési információs rendszer Potenciális befektetők megkeresése



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	I.1. Befektetők vonzása, kezelése I.2. Helyi vállalkozások fejlesztése, működési feltételeik javítása: II.1. Az életkörülmények fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	Program a környezet-rehabilitációs technikák fejlesztésére
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	A környezet-rehabilitációs technikák alkalmazása terjedjen el a helyi vállalkozásoknál. A K+F tevékenység fejlődjön, különösen a környezetvédelemre vonatkozóan. Dunaújváros kiemelkedő eredményeket érjen el a környezet-rehabilitáció terén, és ezáltal a város szennyezettsége csökkenjen.
Indoklás	A város környezeti szempontból nagy terhelésnek van kitéve, a környezetszennyezés nagymértékű. A K+F tevékenység jelenleg nagyon alacsony a helyi vállalatoknál.
Intézkedés rövid leírása	Egy környezet-rehabilitációs célú, hosszú távú együttműködésre alapozó K+F program kidolgozására lenne szükség.
Lehetséges megvalósító	Dunaújvárosi Főiskola
Lehetséges partnerek	Innopark Kht. Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara, Helyi vállalkozások Oktatási intézmények
Megvalósítás becsült ideje	Szervezés: 6 hónap Megvalósítás: 1 év
Megvalósítás becsült költsége	10 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Kidolgozott, hosszú távú együttműködést elősegítő környezet-rehabilitációs program. A programban résztvevők partnersége erősödik.
Várható hosszabb távú hatások	A város kiemelkedő helyet szerez a környezet-rehabilitációs projektek megvalósításában. A város szennyezettsége csökken.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



Ember fejezet

Dunaújváros demográfiai helyzete jónak mondható, azonban a területre jellemző, évek óta tartó negatív folyamatok (elvándorlás, öregedés, romló egészség) egy nem kívánatos jövőképet vetítenek elénk. A környezetnek, amiben élünk, szintén vannak komoly problémái (szemetelés, légszennyezés), amellet, hogy számos pozitívumot és eredményt is fel lehet mutatni.

Az emberek életének alapeleme a fejlődés, amelyre Dunaújváros jó lehetőségeket ad (oktatás, szociális és egészségügyi szolgáltatások, kereskedelmi szolgáltatások, stb.). Ezt az erősséget is tovább kell fejleszteni. Dunaújváros mint iskolaváros a jövőben kiemelkedő helyet szerezhethet a régióban, ami hozzájárulhat a lakosok életkörülményeinek és életminőségének fejlődéséhez is.

Az emberek életével és fejlődésével kapcsolatosan három területre összpontosít a marketing terv:

1. Az életkörülmények fejlesztése: azon környezet fejlesztése, amiben az emberek élnek (természeti és épített környezet, szolgáltatások).
2. A lakosok életminőségének fejlesztése: az emberek fejlesztése, főként az egészség és a magatartás területén.
3. Az emberek fejlődési lehetőségeinek javítása: azon rendszerek mennyiségi és minőségi javítása, amelyek az emberek életének fejlődését, fejlesztését segítik (oktatás, egészségügyi és szociális rendszerek, a lakosok életével kapcsolatos önkormányzati rendszerek).



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.1 Az életkörülmények fejlesztése
Intézkedés megnevezése	„A tisztább Dunaújvárosért” program kidolgozása és megvalósítása
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	Javuljon Dunaújváros köztisztasága
Indoklás	Dunaújváros közterületei nagyon szemetesek, köszönhetően a sok szemetelő embernek. Egyrészt szükséges a szemetgyűjtő szervezetek és már működő akciók jobb összehangolása, újak kidolgozása, másrészt a szemetelő emberek magatartásán kell változtatni.
Intézkedés rövid leírása	Helyzetfelmérés: kik és hol szemetelnek a leginkább; kiket és hogyan lehetne bevonni a szemetgyűjtő akciókba; milyen eddigi akciók voltak/vannak? Éves akcióprogram kidolgozása: civil szervezetek bevonása Új akciók kidolgozása: minden hónapban szemetgyűjtés valamely városrészben, legtisztább városrész/tömb/utca verseny meghirdetése, stb. Szemetgyűjtők számának jelentős növelése Magatartás-változtatás: több célcsoport számára magatartás-formáló akciók lebonyolítása
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Környezetvédelmi Iroda
Lehetséges partnerek	Civil szervezetek Dunanett Kft. Dunaújváros Online Kft.
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos (évenkénti akcióprogram)
Megvalósítás becsült költsége	200-800 ezer Ft/év
Várható konkrét eredmények	Éves akcióprogram 50 db új szemetgyűjtő kihelyezése Minden hónapban 1 szemetgyűjtő akció 3 magatartás-formáló akció Együttműködések kialakítása
Várható hosszabb távú hatások	Dunaújváros közterei, közparkjai tisztábbak lesznek. Az emberek kevesebbet szemetelnek. A város imázsa javul.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Közösségfejlesztési program kidolgozása



Kapcsolódó prioritás	II.1 Az életkörülmények fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Új buszhálózat kialakításának kezdeményezése
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	A dunaújvárosi buszhálózat legyen egyszerűbb, átlátható és költség- és időhatékonyabb rendszer
Indoklás	A buszhálózat bonyolult és nem elég hatékony. Emellett a helyközi buszállomás (Dózsa Mozi előtt) szolgáltatási színvonala is javítandó. A Duna-híd megépülésével pedig új járatok indítására is szükség lesz
Intézkedés rövid leírása	Helyzetfelmérés: a jelenlegi rendszer gyengéi, az utasok igényei, az infrastruktúra adta lehetőségek. Átalakítási Program elkészítése Az Átalakítás Program megvalósítása és kommunikálása Internetes interaktív busztérkép kialakítása, tömegközlekedési tájékoztató pontok felállítása
Lehetséges megvalósító	Alba Volán Dunaújvárosi Üzemigazgatóság
Lehetséges partnerek	DMJV PH Civil szervezetek Média
Megvalósítás becsült ideje	12 hónap
Megvalósítás becsült költsége	A Program: 1 millió Megvalósítás:
Várható konkrét eredmények	Új, átláthatóbb viszonylatok Olcsóbb fenntartási költség
Várható hosszabb távú hatások	Javuló közlekedési rendszer Közlekedési környezetszennyezés csökkenése
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.1 Az életkörülmények fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Allergén növények évi irtási akcióprogramja
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	A városban minél kevesebb allergén legyen a levegőben
Indoklás	A városban egyre több az allergiás megbetegedések száma. A allergén növényeket sok helyen rendszeresen irtják, de vannak még olyan területek, ahol az irtás megszervezése hiányos
Intézkedés rövid leírása	A kulcs szennyező területek beazonosítása Partnerekkel való kapcsolatfelvétel Akcióprogram kidolgozása (minden év elején) Az évi akciók végrehajtása a partnerek bevonásával
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Környezetvédelmi Iroda
Lehetséges partnerek	Civil szervezetek Oktatási intézmények Média
Megvalósítás becsült ideje	Akcióprogram kidolgozása 1 hónap, évenkénti frissítése 1hét Akciók 1-2 nap, évente 4-5 alkalommal
Megvalósítás becsült költsége	Akcióprogram kidolgozása: 200 ezer Ft Akciók: 10-200 ezer Ft
Várható konkrét eredmények	Az allergén növények száma csökken Az elhanyagolt területek mennyisége csökken
Várható hosszabb távú hatások	Az allergiás megbetegedések száma csökken
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.2 A lakosok életminőségének fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Életmód-fejlesztő programok kialakítása és oktatása
Marketing-mix kapcsolódás	Termék Értékesítés csatornák
Célja	Egészséges életmóddal kapcsolatos ismeretek terjedjenek a lakosok körében
Indoklás	Napjainkban Magyarországon rendkívüli módon jellemző az egészségtelen életmód: rohanás, egészségtelen táplálkozás, stressz, veszekedések (családon belüli kommunikáció fejletlensége), stb. Az emberek magatartásának megváltoztatása elérhető a megfelelő felvilágosító és fejlesztő programok kialakításával és oktatásával. Kiemelt célcsoport a vezetők (vállalkozók) köre.
Intézkedés rövid leírása	Létező életmód-fejlesztő programok kutatása Új programok kidolgozása Az oktatás feltételeinek kialakítása A programok oktatása
Lehetséges megvalósító	Egészségmegőrzési Központ
Lehetséges partnerek	Oktatási intézmények Civil szervezetek Média
Megvalósítás becsült ideje	Kutatás: 1-2 hónap Kidolgozás: 4-8 hónap Feltételek kialakítása: 2 hónap Oktatás: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Változó
Várható konkrét eredmények	2-5 életmód fejlesztő program kialakítása Havonta egy oktatás a városban Évente 200 fő bevonása az oktatásba
Várható hosszabb távú hatások	A város lakosainak életmódja fejlődik Kevesebb megbetegedés Hatékonyabb munkahelyi teljesítmény Családon belüli kommunikáció javul
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



Kapcsolódó prioritás	II.2 A lakosok életminőségének fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Közösségfejlesztési program kidolgozása
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatorna
Célja	Alakuljanak ki aktív közösségek
Indoklás	Magyarországon – főleg a városokban – nem alakultak ki aktív közösségek. Jellemző például, hogy a tömbházakban lakók nem ismerik egymást. A kapcsolatok ilyen kis közösségi szintű építése is hozzájárul a településmarketing eladási csatornáinak fejlesztéséhez.
Intézkedés rövid leírása	Kapcsolatfelvétel az országos közösségfejlesztő szervezetekkel A program kidolgozásának megtervezése A program kidolgozása
Lehetséges megvalósító	Civil szervezetek
Lehetséges partnerek	Közösségfejlesztők Egyesülete Közösségi Kapcsolat Alapítvány Civil szervezetek Társasházi képviselők
Megvalósítás becsült ideje	12 hónap
Megvalósítás becsült költsége	1-3 millió Ft
Várható konkrét eredmények	1 db Közösségfejlesztési program Kialakult partnerség a közösségfejlesztésben Megismert módszertan
Várható hosszabb távú hatások	Aktív helyi közösségek Új kapcsolatok, javuló kommunikáció Rejtett erőforrások aktivizálása
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.2 A lakosok életminőségének fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Egészséges életmóddal kapcsolatos programok kommunikációja
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció Eladási csatornák
Célja	Gyűjtsük össze, és egységesen, egyben kommunikáljuk a városban található egészséges életmóddal kapcsolatos lehetőségeket, programokat
Indoklás	A városban már most is számos, az egészséges életmóddal kapcsolatos program működik. Ezekről a lakosság nagy része keveset tud. Tipikusan ilyenek a harcművészettel foglalkozó egyesületek, klubok edzései.
Intézkedés rövid leírása	A működő programok, lehetőségek összegyűjtése a városból A programok megjelenítése egységes szerkezetben a város hivatalos honlapján Egy szórólap-kivonat készítése a programokról évente (félévente) A szórólap eljuttatása a lakosokhoz, iskolákhoz, munkahelyekre
Lehetséges megvalósító	Kistérségi EU és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	Sportegyesületek Civil szervezetek MMK Egészségmegőrzési Központ Média
Megvalósítás becsült ideje	Adatgyűjtés: 2 hónap (azután évente 1-2 hét a frissítés) Szerkesztés: 1 hónap (később évente 1-2 hét a frissítés) Terjesztés: 1 hónap (évente)
Megvalósítás becsült költsége	Gyűjtés és szerkesztés: 200 e Ft (évi frissítés: 40 e Ft) Terjesztés: példányszámtól függ, kb. 300 e Ft/év
Várható konkrét eredmények	20 program adatainak összegyűjtése 2000 szórólap évente
Várható hosszabb távú hatások	A programokon résztvevők száma nő A lakosok egészsége javul
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Életmód-fejlesztő programok kialakítása és oktatása



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.2 A lakosok életminőségének fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Dohányzás, alkohol és drog elleni kommunikáció
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	Csökkenjen a dohány, az alkohol és a drogfogyasztás a város lakosai (különösen a fiatalok) körében
Indoklás	Magyarországon, ahogy Dunaújvárosban is, nagyon sokan dohányoznak, magas a túl sok alkoholt fogyasztók aránya, és egyre többen fogyasztanak drogokat is. A fiatalok egyre korábban próbálják ki, és szoknak rá ezekre az egészségkárosító szerekre. Léteznek már tevékenységek a fenti szerek használata elleni kommunikációra, azonban ezek mennyiségét és hatékonyságát is javítani kell. Dunaújváros úgynevezett Drogstratégiával is rendelkezik.
Intézkedés rövid leírása	Kommunikációs programok kidolgozása az eddigi eredményeket és tapasztalatokat felhasználva Fórumok, médiakampányok, tanácsadások, speciális osztályfőnöki órák szervezése, stb.
Lehetséges megvalósító	Ifjúsági Információs és Tanácsadó Iroda
Lehetséges partnerek	DMJV PH Ifjúsági és Sportiroda Média Civil szervezetek Oktatási intézmények Munkahelyi Humán erőforrás menedzserek
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	100-400 e Ft/év Társadalmi munka igénybevétele
Várható konkrét eredmények	Havonta egy fórum valamelyik oktatási intézményben Havonta 1-2 speciális, felvilágosító osztályfőnöki óra
Várható hosszabb távú hatások	Kevesebb drog-, nikotin- és alkoholfüggő (főleg a fiatalok körében)
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Életmód-fejlesztő programok kialakítása és oktatása



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.2 A lakosok életminőségének fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Fiatal diplomások támogatási rendszerének kialakítása
Marketing-mix kapcsolódás	Termék Ár
Célja	A helyi fiatal diplomások maradjanak a városban (főleg a Dunaújvárosi Főiskolán végzettek), és új, fiatal értelmiségiek is telepedjenek le a városba
Indoklás	A város lakosság-megtartó képessége romlik, ami hatványozottan igaz a fiatal (tehát mobilabb) és jól képzett szakemberekre. A helyi főiskolán végzettek közül nagyon kevesen telepednek le a városban.
Intézkedés rövid leírása	Támogatási rendszer fejlesztésének (garancia a lakáshitelhez) megvalósíthatósági tanulmánya A jogi-gazdasági lehetőségek áttekintése Jó gyakorlatok keresése Magyarországon és külföldön A támogatási rendszer kialakítása, fejlesztése Pályaválasztás, elhelyezkedés segítése: pályakezdők, szakmai gyakorlat
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Gazdasági Iroda
Lehetséges partnerek	Dunaújvárosi Főiskola DMJV PH Ifjúsági és Sportiroda IITI Pénzintézetek
Megvalósítás becsült ideje	Megvalósíthatósági tanulmány elkészítése: 6-8 hónap Rendszerfejlesztés: 1-2 év
Megvalósítás becsült költsége	Tanulmány: 1 millió Ft
Várható konkrét eredmények	1 db megvalósíthatósági tanulmány a témában Új rendszerelemek, támogatási formák kialakítása
Várható hosszabb távú hatások	A fiatal diplomások elvándorlási üteme csökken, elhelyezkedési lehetőségeik a helyi vállalkozásoknál javulnak
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.3 A lakosok fejlődési lehetőségeinek javítása
Intézkedés megnevezése	Nyugdíjsház építésének támogatása
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	A nyugdíjasok növekvő ellátási igényének kielégítése javuljon
Indoklás	Folyamatosan nő az idősek ellátási igénye, a népesség előregedésével párhuzamosan. Szükség és igény van egy új nyugdíjsházra, ezért a megvalósításhoz szükséges peremfeltételek létrejöttét a marketing módszereivel is támogatni kell.
Intézkedés rövid leírása	Befektető keresése Kiemelt szociális rendszer kialakítása Igényfelmérés
Lehetséges megvalósító	Kis- és középvállalkozások
Lehetséges partnerek	DMJV PH Szociális Iroda Egyesített Szociális Intézmény Pénzintézetek
Megvalósítás becsült ideje	1 év
Megvalósítás becsült költsége	100 e Ft
Várható konkrét eredmények	A nyugdíjsház építésének peremfeltételei megteremtődnek (beruházó, források, piac, partnerek) A nyugdíjsház megépül
Várható hosszabb távú hatások	Az ellátásra szoruló idősek elhelyezése, életkörülménye javul
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.3 A lakosok fejlődési lehetőségeinek javítása
Intézkedés megnevezése	A betegek és a fogyatékos emberek helyi érdekképviselőitnek fejlesztése
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatornák Termék
Célja	A betegek és a fogyatékos emberek érdekképviselőitnek szervezése, hatékonysága javuljon
Indoklás	A hátrányos helyzetű társadalmi rétegek és a betegek érdekképviselőit gyenge a városban, ahogy általában Magyarországon mindenütt. Ennek a csoportnak az érdekérvényesítési képessége gyenge, a társadalom más csoportjai pedig általában nem érdekeltek a képviselőitükben.
Intézkedés rövid leírása	Az eddigi érdekképviselői lehetőségek felmérése (Kistérségi Rehabilitációs Rendszer megvalósíthatósági tanulmánya!) Új lehetőségek feltárása Kapcsolatépítés, partnerség kialakítása A betegek tájékoztatása jogaikról Tanácsadási tevékenységek
Lehetséges megvalósító	Civil szervezetek (Mozgáskorlátozottak Egyesülete)
Lehetséges partnerek	Civil szervezetek DMJV Önkormányzata Szent Pantaleon Kórház
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Nagyrészt társadalmi munka
Várható konkrét eredmények	Új érdekképviselői fórumok alakulnak ki A fórumok hatékonysága javul A betegek megismerik jogaikat
Várható hosszabb távú hatások	A hátrányos helyzetű emberek életminősége javul A betegek ellátása javul
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.3 A lakosok fejlődési lehetőségeinek javítása
Intézkedés megnevezése	A fogyatékos személyek társadalmi integrációjának, foglalkoztatásának, rehabilitációjának támogatása a marketing eszközeivel
Marketing-mix kapcsolódás	Termék Ár
Célja	A fogyatékos személyek társadalmi integrációja legyen minél hatékonyabb
Indoklás	A fogyatékos személyek társadalmi integrációjának, foglalkoztatásának, rehabilitációjának esélye igen kedvezőtlen, ami ellen a marketing kommunikációval, szervezéssel, magatartás-formálással és egyéb eszközeivel sokat tehet
Intézkedés rövid leírása	Esélyegyenlőségi marketing program kidolgozása és megvalósítása, szorosan kapcsolódva a Kistérségi Rehabilitációs Rendszer megvalósításához Koordinációs szervezet, partnerség
Lehetséges megvalósító	„HÍD” Egyesület
Lehetséges partnerek	Civil szervezetek (Mozgáskorlátozottak Egyesülete) Oktatási intézmények
Megvalósítás becsült ideje	Tervezés: 6 hónap Megvalósítás: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Tervezés: 200 e Ft
Várható konkrét eredmények	Fórumok, tanácsadások, konferencia, előadások Kiadványok Kialakult partnerségi háló a civil szervezetek, az intézmények és a vállalkozások között
Várható hosszabb távú hatások	A hátrányos helyzetű, fogyatékos emberek társadalmi integrációja hatékonyabb, teljesebb körű, életminőségük javul, társadalmi hasznosságuk nő
Kapcsolódás más intézkedésekhez	A betegek és a fogyatékos emberek helyi érdekképviselőitnek fejlesztése



Kapcsolódó prioritás	II.3 A lakosok fejlődési lehetőségeinek javítása
Intézkedés megnevezése	Oktatási lehetőségek kommunikációjának javítása
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatornák Promóció
Célja	Az oktatási intézményhálózat kihasználása legyen hatékonyabb, és Dunaújváros térségi szerepe erősödjön az oktatás területén is
Indoklás	Az oktatási intézményhálózat kihasználtsága nem megfelelő és tovább csökken. Az oktatási lehetőségek kommunikációja is gyenge. Sokan nem ismerik a helyi (felnőttképzési) lehetőségeket, és azt máshol (Budapest) veszik igénybe.
Intézkedés rövid leírása	A város oktatási lehetőségeinek összegyűjtése egy adatbázisba és ezen adatbázis folyamatos karbantartása A lehetőségek minél szélesebb körben való kommunikációja (helyi lakosok, vonzáskörzet, ország): kiadványok, Internet
Lehetséges megvalósító	Oktatási intézmények
Lehetséges partnerek	DMJV PH Oktatási Iroda Kistérségi Felnőttképzési és Foglalkoztatási Közalapítvány Média
Megvalósítás becsült ideje	4 hónap
Megvalósítás becsült költsége	Adatbázis létrehozása és feltöltése: 300 e Ft Kiadvány: 500-1.000 e Ft
Várható konkrét eredmények	Oktatási lehetőségek adatbázisa elkészül Internetes elérhetőség megoldott Éves kiadvány készül
Várható hosszabb távú hatások	Az oktatási lehetőségek bővülnek A képzéseken résztvevők száma nő Az élethosszig tartó tanulás elve terjed
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.3 A lakosok fejlődési lehetőségeinek javítása
Intézkedés megnevezése	A diákok és diákönkormányzatok folyamatos tájékoztatása jogaikról, lehetőségeikről és kötelezettségeikről
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatornák Promóció
Célja	Készüljön el és valósuljon meg egy olyan kommunikációs program, amely eléri a diákokat, mint célcsoportot, és segíti őket felkészülni és eligazodni az önálló életben
Indoklás	A diákok, mint speciális célcsoport, elérése kiemelt fontosságú, hiszen ők a következő generáció. Fiatalkori döntéseik meghatározzák további életüket, ezért nagyon fontos a folyamatos tájékoztatásuk, és támogatásuk az önálló életre való felkészülésben.
Intézkedés rövid leírása	Célcsoport meghatározása (építve az IITI és az Ifjúsági és Sportiroda eddigi tevékenységeire) Kommunikálható jogok, lehetőségek, kötelezettségek összegyűjtése Kommunikációs csatornák meghatározása Éves akcióprogram kialakítása és megvalósítása
Lehetséges megvalósító	IITI
Lehetséges partnerek	DMJV PH Ifjúsági és Sport Iroda, Oktatás Iroda Civil szervezetek Dunaújváros Online Kft.
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	100-500 e Ft/év
Várható konkrét eredmények	A diákönkormányzatok aktivitása nő A diákok tájékozottsága javul jogaikról, lehetőségeikről és kötelezettségeikről
Várható hosszabb távú hatások	A diákok életésélyei javulnak A város népességének öregedése lassul
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.3 A lakosok fejlődési lehetőségeinek javítása
Intézkedés megnevezése	Lépcsőzetes lakáscserét elősegítő mechanizmusok megvalósíthatósági tanulmánya
Marketing-mix kapcsolódás	Termék Ár
Célja	Teremtődjön meg az alapja egy lépcsőzetes lakáscserét elősegítő rendszer kialakításának
Indoklás	Az ember életpályája során többször is költözik. Fiatalon egy kis lakásra, családos emberként nagyobb házra, idősebb korba érven pedig szintén egy kisebb élettérre van szüksége. Az ilyen típusú folyamatokat ma Magyarországon nem támogatják közvetlenül.
Intézkedés rövid leírása	Nemzetközi jó gyakorlatok kutatása A jogi rendszer vizsgálata Igények kutatása Lehetséges új rendeletek és szabályozások tervezése
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata
Lehetséges partnerek	Civil szervezetek Intézmények, hivatalok (APEH) Pénzügyintézetek
Megvalósítás becsült ideje	12 hónap
Megvalósítás becsült költsége	1-3 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Megvalósíthatósági tanulmány Új rendeletek és szabályozások tervei
Várható hosszabb távú hatások	A lakosság életminősége javul A lakásproblémák száma csökken
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.3 A lakosok fejlődési lehetőségeinek javítása
Intézkedés megnevezése	A vásárlók jogainak megismertetése a lakossággal
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatornák
Célja	A fogyasztóvédelmi előírások legyenek ismertek minél szélesebb körben
Indoklás	A piacon előforduló visszaélések ellen a fogyasztók nem tudnak hatékonyan fellépni, aminek az egyik legfőbb oka, hogy nem is ismerik saját jogait, és a fogyasztási cikkekkel és az eladókkal szemben elvárható követelményeket
Intézkedés rövid leírása	Egy szórólap összeállítása és terjesztése Fórumok tartása
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata
Lehetséges partnerek	Fogyasztóvédelmi Felügyelőség Civil szervezetek Média
Megvalósítás becsült ideje	3 hónap
Megvalósítás becsült költsége	1.200 ezer Ft
Várható konkrét eredmények	10.000 szórólap elkészül 2-3 fórum a fogyasztók jogairól
Várható hosszabb távú hatások	A vásárlással kapcsolatos visszaélések száma csökken A fogyasztókat ért károk mértéke csökken
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



Kapcsolódó prioritás	II.3 A lakosok fejlődési lehetőségeinek javítása
Intézkedés megnevezése	Átfogó szociális adatbázis és szociális érdekképviseleti rendszer kialakítása
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatornák
Célja	Alakítsanak ki egy átfogó, minden szociális intézményt, szervezetet tartalmazó adatbázist. Mérjék fel a szociális ellátásra jogosult személyek számát, szükségleteit és igényeit.
Indoklás	Nincs egy egységes, minden szociális és egészségügyi intézményt tartalmazó adatbázis a városban. Nem áll rendelkezésre kellő információ az intézményekről, szervezetekről, a lakosság tájékoztatása ezzel kapcsolatban nem elég hatékony. Nem áll rendelkezésre kellő információ a szociális ellátást igénybe vevőkről, igényeik nem ismertek. A szociális ellátásra jogosultak érdekképviselete gyenge.
Intézkedés rövid leírása	Az intézmények és szervezetek felmérése, majd egy mindenki számára elérhető adatbázis összeállítása és közzététele. Az ellátásra jogosultak és igények felmérése, érdekképviseleti rendszerük megszervezése.
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata Szociális és Egészségügyi Iroda
Lehetséges partnerek	Szociális és egészségügyi intézmények Civil szervezetek Média, internet szolgáltató
Megvalósítás becsült ideje	10 hónap
Megvalósítás becsült költsége	8 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Konkrét információk a szociális és egészségügyi intézményekről, szervezetekről, valamint a szociális ellátásra jogosultakról. Szociális és egészségügyi adatbázis.
Várható hosszabb távú hatások	A szociális és egészségügyi intézmények és szervezetek elérhetősége és kihasználtsága javul. A szociális ellátásra jogosultak érdekképviselete javul.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	A betegek és a fogyatékos emberek helyi érdekképviseletének fejlesztése



Kapcsolódó prioritás	II.2 A lakosok életminőségének fejlesztése IV.2. A város imázsának javítása
Intézkedés megnevezése	Egészségügyi PR terv kidolgozása
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	Készüljön egy olyan PR terv, melynek célja az egészségügyi intézmények és szolgáltatások népszerűsítése a lakosság és a potenciálisan letelepedők körében.
Indoklás	A városi egészségügyi intézmények megítélése nem túl kedvező. Kevés a szakorvos a városban. A kórház vonzáskörzete az infrastrukturális beruházásokkal nőni fog.
Intézkedés rövid leírása	Egy átfogó PR terv készítése az egészségügyi szolgáltatások és intézmények népszerűsítésére, az elégedettség növelésére.
Lehetséges megvalósító	Szent Pantaleon Kórház
Lehetséges partnerek	DMJV Önkormányzata Szociális és Egészségügyi Iroda Szociális és egészségügyi intézmények Média, internet szolgáltató
Megvalósítás becsült ideje	6 hónap
Megvalósítás becsült költsége	5 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Elkészült PR terv, PR kampány.
Várható hosszabb távú hatások	Az egészségügyi szolgáltatások megítélése javul. Az orvosok száma nő.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Egészségügyi együttműködés, partnerség hálózat kialakítása



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.2 A lakosok életminőségének fejlesztése IV.3. Külső és belső kommunikáció fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Egészségügyi együttműködés, partnerség hálózat kialakítása
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	Készüljön egy adatbázis, amely az egészségügyi intézményeket és szervezeteket foglalja magába, és amely alapján a résztvevők partnerségi kapcsolata fejleszthető, információs igénye kielégíthető.
Indoklás	A városi egészségügyi intézmények egymás közti, illetve egyéb (civil) szervezetekkel kialakított partnersége gyenge. A kórház vonzáskörzete az infrastrukturális beruházásokkal nőni fog.
Intézkedés rövid leírása	Egy átfogó adatbázis készítése az egészségügyi intézményekről és szervezetekről, amely mindenki számára elérhető.
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata Szociális és Egészségügyi Iroda
Lehetséges partnerek	Szent Pantaleon Kórház Szociális és egészségügyi intézmények Civil szervezetek Oktatási intézmények Média, internet szolgáltató
Megvalósítás becsült ideje	10 hónap
Megvalósítás becsült költsége	8 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Mindenki számára elérhető adatbázis.
Várható hosszabb távú hatások	Az egészségügyi intézmények közötti partnerség erősödik. Több közös projekt megvalósul.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Átfogó szociális adatbázis és szociális érdekképviseleti rendszer kialakítása Egészségügyi PR terv kidolgozása



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	I.2. Helyi vállalkozások fejlesztése, működési feltételeik javítása: II.1 Az életkörülmények fejlesztése III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	Környezetvédelmi témájú konferenciák, nyári egyetemek szervezése
Marketing-mix kapcsolódás	Termék, Promóció
Célja	Rendszeresen szervezzenek a városban nagyszabású környezetvédelmi konferenciákat, illetve nyári egyetemet, melynek célcsoportja a helyi vállalkozások, helyi és országos szakértők, valamint a felsőfokú oktatásban tanulók.
Indoklás	A városban nagy a környezetszennyezés. A környezettudatos magatartásra való nevelésnek nagy szerepe van a szennyezés visszaszorításában. A rendezvények potenciális befektetőket és turistákat vonzhatnak a városba.
Intézkedés rövid leírása	Évente 2-3 környezetvédelmi konferencia szervezése, minimum 100 fő részére. Évente nyári egyetem szervezése környezetvédelmi témakörben. A konferenciákhoz és az egyetemhez publikációk és média-megjelenés köthető.
Lehetséges megvalósító	Dunaújvárosi Főiskola
Lehetséges partnerek	DMJV P.H. Építésügyi és Környezetvédelmi Iroda Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara, Innopark Kht. Oktatási intézmények, Média
Megvalósítás becsült ideje	Évente kétszer rendezvény, szervezés 2*4 hónap. Évente egyszer nyári egyetem, szervezés 4 hónap
Megvalósítás becsült költsége	5 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Évente három nagyszabású rendezvény, több mint 200 résztvevővel. Rendszeres média-megjelenés, szakmai kapcsolatok kiépítése.
Várható hosszabb távú hatások	A környezettudatos magatartás terjedése. Környezettchnológiai fejlődés a vállalkozásoknál.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Potenciális befektetők megkeresése Helyi vállalkozások bevonása a szakképzésbe Program a környezet-rehabilitációs technikák fejlesztésére



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.1 Az életkörülmények fejlesztése III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	Autómentes nap (szeptember 22.) megszervezése
Marketing-mix kapcsolódás	Termék, Promóció
Célja	Évente szervezzék meg a helyi autómentes napot és az azt kiegészítő sporteseményeket.
Indoklás	A városban nagy a környezetszennyezés. A környezettudatos magatartásra való nevelésnek nagy szerepe van a szennyezés visszaszorításában. A lakosság egészségi állapota nem megfelelő. A rekreációs kínálat nem megfelelő. A városban nagy hagyománya van a tömegsportnak, amit ki kell használni.
Intézkedés rövid leírása	Évente autómentes napot szerveznének a belvárosban, a gépjárműforgalom felfüggesztésével, különböző sporteseményekkel kiegészítve. Lehet például utcai kosárlabda, foci, gyermekek számára indított versenyek, stb.
Lehetséges megvalósító	DMJV P.H. Ifjúsági és Sport Iroda
Lehetséges partnerek	Civil szervezetek, sport egyesületek Oktatási intézmények, Média
Megvalósítás becsült ideje	Rendezvényszervezés: 4 hónap
Megvalósítás becsült költsége	5 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Évente egy nagyszabású városi rendezvény, minimum 1000 fő részvételével. A város levegőszennyezettségének csökkenése az adott napon
Várható hosszabb távú hatások	A környezettudatos magatartás terjedése.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Szabadidős portál kialakítása Rendezvény-koordináció hatékonyságának növelése



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.3. A lakosok fejlődési lehetőségeinek javítása: IV.3. Külső és belső kommunikáció fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	Pályaválasztási információs kampány
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	Évente adjanak ki egy városi oktatási intézmények, szervezetek adatait tartalmazó pályaválasztási füzetet. Készüljön el egy helyi pályaválasztási weboldal. Rendszeresen szervezzenek a pályaválasztással kapcsolatos kiállításokat, bemutatókat, konferenciákat.
Indoklás	A helyi oktatási intézményeknek kevés forrás áll rendelkezésükre saját oktatási lehetőségeik promóciójához. Az oktatási lehetőségek híre sokszor nem jutnak el a megfelelő célcsoporthoz. A város a jövőben iskolavárossá kíván válni.
Intézkedés rövid leírása	Az oktatással, neveléssel foglalkozó intézményeket, szervezeteket és vállalkozásokat egy közös weboldalon, keresőfunkcióval ellátva jelenítenék meg. Évente egy vagy két alkalommal pályaválasztási füzet kiadására kerülne sor. Az intézmények, szervezetek és vállalkozások kínálatának megismertetésére évente egy-két alkalommal oktatási kiállítást és konferenciát rendeznének.
Lehetséges megvalósító	DMJV P.H. Oktatási és Kulturális Iroda
Lehetséges partnerek	Oktatási intézmények, Helyi vállalkozások (oktatási tevékenységgel), Média, internet szolgáltató
Megvalósítás becsült ideje	Weblap elkészítése: 4 hónap, Kiadványszerkesztés: 3 hónap Rendezvényszervezés: 3 hónap
Megvalósítás becsült költsége	10 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Oktatási intézményeket, szervezeteket, vállalkozásokat összefogó weblap. Évente kiadott oktatási füzet, megrendezett rendezvény.
Várható hosszabb távú hatások	Az oktatási lehetőségekkel kapcsolatos információáramlás javítása. Tanulók számának növekedése.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Kiadványok a városról A Dunaújvárosi Főiskola ismertségének és imázsának javítása



Kapcsolódó prioritás	III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	Szórakoztató szocreál irodalmi előadások
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	Rendszeresen szervezzenek a városban irodalmi témájú összejöveteleket, amelyeken a szocreál stílusú alkotásokat mutatják be.
Indoklás	A város jelentős szocreál múlttal rendelkezik, melynek megismertetése kiemelkedő jelentőségű. A kultúra és az irodalom szerepét, fontosságát hangsúlyozni kell. A városban a rekreációs lehetőségek száma és minősége alacsony, ezt növelni kell.
Intézkedés rövid leírása	Kéthavi rendszerességgel irodalmi estek szervezésére kerülne sor, melyeken a szocreál korszak költőinek, íróinak alkotását mutatnák be. A bemutató után vitafórum keretében beszélgetés zajlana az adott alkotással kapcsolatban.
Lehetséges megvalósító	Kortárs Művészeti Intézet
Lehetséges partnerek	Civil szervezetek Oktatási intézmények József Attila Városi Könyvtár Média
Megvalósítás becsült ideje	Rendezvényszervezés: 2 hónap
Megvalósítás becsült költsége	100 ezer Ft/rendezvény
Várható konkrét eredmények	A rekreációs kínálat nő.
Várható hosszabb távú hatások	A lakosság megismeri a szocreál értékeket, lokálpatriotizmusa erősödik.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése IV.4. Külső és belső kommunikáció fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Évfordulós és művészeti adatbázis
Marketing-mix kapcsolódás	Termék, Promóció
Célja	Hozzanak létre egy művészeti adatbázist, amely a városi érdekeltségű művészek adatait, munkáit tartalmazza.
Indoklás	A kultúra szerepét, fontosságát hangsúlyozni kell. A kultúra szemléletformáló szerepe kiemelkedő. A lakosok kevésbé ismerik a helyi művészeket, lokálpatriotizmusuk gyenge.
Intézkedés rövid leírása	Egy mindenki számára elérhető művészeti adatbázis létrehozása, keresési lehetőséggel. Az adatbázis a helyi érdekeltségű művészek adatait és munkásságát, eredményeit jelenítené meg. Az egyes művészek évfordulóit az adatbázis automatikusan kijelezné, és ezt a média számára továbbítaná.
Lehetséges megvalósító	Dunaújváros Online
Lehetséges partnerek	DMJV PH: Oktatási és Kulturális Iroda Kortárs Művészeti Intézet, MMK Civil szervezetek Média
Megvalósítás becsült ideje	5 hónap
Megvalósítás becsült költsége	2 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Átfogó adatbázis a művészekről, a város kiemelkedő személyiségeiről.
Várható hosszabb távú hatások	A helyi lakosság, illetve az internetezők megismerik a város művészeit. A lakosság lokálpatriotizmusa erősödik.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Szabadidős portál kialakítása



Kapcsolódó prioritás	I.3. A munkavállalók és a munkaerőpiac fejlesztése: II.1. Az életkörülmények fejlesztése: IV.2. A város imázsának javítása:
Intézkedés megnevezése	Telekvásárlást segítő rendszer
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	Hozzanak létre egy fiatal diplomások telekvásárlását, letelepedését segítő rendszert.
Indoklás	A városban nem biztosított a fiatal diplomások helyben tartása, így a város népessége folyamatosan öregszik és csökken. A város megtartó képessége gyenge. A fiatalok, illetve a magasan kvalifikáltak hiánya több szférában is problémákat okoz (pl. egészségügy).
Intézkedés rövid leírása	A környező településekkel együttműködve egy olyan rendszer kialakítására lenne szükség, melynek segítségével a városban dolgozó, itt letelepedni kívánó fiatal diplomások könnyebben és kedvezményes áron jutnának telekhez, lakóhelyhez.
Lehetséges megvalósító	Dunaújváros Megyei Jogú Város Önkormányzata
Lehetséges partnerek	Kistérségi települések, vagy környező kistérségek településeinek képviselői
Megvalósítás becsült ideje	1 év
Megvalósítás becsült költsége	
Várható konkrét eredmények	Támogatási rendszer, kedvezmények kidolgozott rendszere
Várható hosszabb távú hatások	A térségben leteleplők és élők száma nő. A munkaerő-piaci kínálat és igény közti különbség csökken, nem lesznek hiányszakmák.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



Pihenés fejezet

Dunaújvárosban van lehetőség a pihenésre, azonban ezen lehetőségek minőségileg és mennyiségileg is fejlesztésre szorulnak, és a lehetőségek koordinációján és kommunikációján is javítani kell. Másrészt a lehetőségeket az emberek nem használják ki eléggé (alacsony kereslet), aminek az oka a nehéz gazdasági helyzet mellett a pihenés és a rekreáció háttérbe szorulása, a rohanó életmód.

A város, iparvárosi jellege ellenére sok kulturális és természeti értékkel rendelkezik. Egyik legkiemelkedőbb ezek közül a Duna-part, amely a rekreációs lehetőségekhez ideális helyszínt biztosíthat. A Duna parti fekvés emellett turisztikai szempontból is kiváló lehetőségeket rejt magában, ám ezeket ki kell használni.

A szálláshelyek viszonylag alacsony száma, illetve az idelátogató turisták alacsony száma nagy, és látszólag megoldhatatlan problémát jelent a város számára. A két tényező előmozdítása elengedhetetlenül szükséges, de nehezen megoldható.

Ezért három irányban szükséges marketing intézkedéseket indítani:

1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése: új attrakciók kidolgozása és bevezetése, a szálláshelykínálat bővítése és a létező kínálat fejlesztése.
2. A rekreációs és idegenforgalmi kereslet élénkítése: a célcsoportok jobb elérése a marketing eszközeivel (pl. kommunikáció).
3. A rekreációval, idegenforgalommal kapcsolatos koordináció és partnerség fejlesztése: a helyi idegenforgalmi és rekreációs kínálat összehangolása, a partnerség és együttműködés erősítése a területen és a kínálat kereslethez való igazítása.



Kapcsolódó prioritás	I.1 Befektetők vonzása, kezelése III.1 A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Tercier szektorbeli befektetés-ösztönzési csoport
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	Jöjjön létre egy tercier szektorbeli befektetés ösztönző csoport, amely folyamatos kereséssel, a marketing eszközök alkalmazásával és aktív munkával befektetőket vonz a térségbe
Indoklás	A város szolgáltatási és turisztikai kínálata nem megfelelő, és nem képes kielégíteni a folyamatosan növekvő igényeket. A város például kevés olyan szálláslehetőséggel rendelkezik, amely magas színvonalon képes kielégíteni a vevői igényeket. A városban több olyan rekreációs, turisztikai érték van, amely állapota elhanyagolt, és nagymértékű beruházást igényel (pl. vidámpark).
Intézkedés rövid leírása	A befektetés ösztönző csoport megalakítása A tercier szektorbeli befektetés ösztönzés szorosan összekapcsolódik a gazdasági szempontú befektetés ösztönzéssel, ezért egy átfogó befektetés-ösztönzési csoport kialakítása is elképzelhető.
Lehetséges megvalósító	Innopark Kht.
Lehetséges partnerek	DMJV Önkormányzat Területek tulajdonosai Dunaújváros Online Kft.
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Reklámanyagok költségei: minimum 1 millió Ft
Várható konkrét eredmények	A befektetéseket ösztönző és kezelő csoport kialakul, tehát a befektetések ösztönzése rendszerezetté válik.
Várható hosszabb távú hatások	Befektetések mennyisége nő Új munkahelyek A turisztikai rekreációs kínálat (pl. pláza) és a turisták száma nő
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Potenciális befektetők megkeresése Befektetői és vállalkozás-fejlesztési információs rendszer



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése I.2. Helyi vállalkozások fejlesztése, működési feltételeik javítása
Intézkedés megnevezése	Legjobb turisztikai szolgáltató díj
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció Termék
Célja	A helyi turisztikai és rekreációs cégek szolgáltatásainak minőségi fejlesztése
Indoklás	A város turisztikai kínálata minőségben és mennyiségben is elmarad a többi város kínálatától. Emellett a rekreációs és kulturális szórakozási lehetőséget nyújtó vállalkozások kommunikációja gyenge. Egy külső, ösztönző eszköz, például egy cím, egy díj elnyerése egyrészt fejlesztésre ösztönözné a vállalkozásokat, növelné a versenyt, másrészt egy összehangolt kommunikációval növelné népszerűségüket is.
Intézkedés rövid leírása	A helyi TV által kezdeményezett „A legmosolygósabb üzlet” elnevezésű kampány fejlesztése: <ul style="list-style-type: none"> ○ Pályázati feltételek meghatározása, a pályázat lebonyolítása ○ Pályázók bemutatása (egyenként) a médiában ○ Szavazatok gyűjtése és összesítése a lakosságtól ○ Eredményhirdetés, díjátadás ○ Utólagos kommunikáció a médiában A pályáztatás során a pályázóktól részvételi díj szedhető (a média-megjelenés szponzorálására).
Lehetséges megvalósító	Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara
Lehetséges partnerek	Tourinform Iroda Helyi vállalkozások Média
Megvalósítás becsült ideje	3 hónap
Megvalósítás becsült költsége	A díj nagyságától függően kb. 2.000.000 Ft
Várható konkrét eredmények	A turisztikai szolgáltatók ismertsége nő A lakosság igényeiről, véleményéről szóló információk bővülnek
Várható hosszabb távú hatások	A turisztikai szolgáltatások színvonala nő
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Helyi vállalkozások partnerkapcsolatainak fejlesztése



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.1 Rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése
Intézkedés megnevezése	A város mecénása díj
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	A városi kulturális alkotói nagyobb támogatásban részesüljenek, illetve megjelenéseiket szponzorálják. A vállalkozók vegyenek részt a kulturális életben.
Indoklás	A város képzőművészeinek és kulturális intézményeinek többsége forráshiányos. Nincs lehetőségük a nyilvánosságra, mivel a bemutatkozás költséges lenne. Másrészt a vállalkozói szféra sem támogatja kellőképpen a kultúrát, illetve a két szféra közötti partnerség gyenge.
Intézkedés rövid leírása	Egy ún. mecénás vándordíj kiosztása évente. Tevékenységek: <ul style="list-style-type: none"> ○ Médiakampány a mecénás díjról ○ Adatgyűjtés az adományozókról, adományozási lista felállítása ○ Díjkiosztás ○ Médiakampány, sajtótájékoztató a díjkiosztásról
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzatának Kulturális Irodája
Lehetséges partnerek	Kulturális intézmények Képzőművészek
Megvalósítás becsült ideje	Szervezés: 4 hét Díjkiosztás: 1 nap Médiakampány: 2 hét
Megvalósítás becsült költsége	Médiakampány, sajtótájékoztató: 50.000 Ft Díj: 10.000 Ft
Várható konkrét eredmények	A kiemelkedő művészek támogatásának ösztönzése, a támogatási kedv növekedése. A támogatásokról pontos információk állnak majd rendelkezésre.
Várható hosszabb távú hatások	A városi művészek és kulturális intézmények nagyobb nyilvánosságot kapnak. A támogatás felélénkülése fiatal alkotókat vonzhat a városba, ami tovább növelné a város hírnevét. A támogató vállalkozások imázsa javulhat a média-megjelenés által.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Városi partnerségi hálózat Helyi vállalkozások partnerkapcsolatainak fejlesztése



Kapcsolódó prioritás	III.1 Rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Egyedi, országos rendezvény, attrakció megszervezése
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	Jöjjön létre egy országosan ismert, egyedi, hagyományteremtő, nagyszabású rendezvény, amely Dunaújváros sajátos értékeire épül (szocreál, Duna-part, stb.)
Indoklás	A városban nincs egy olyan országos szinten tömegeket megmozgató rendezvény, amely turisztikailag jelentős bevételeket hozna, például több napra itt tartaná a látogatókat.
Intézkedés rövid leírása	Rendezvény megszervezése (pl. időpont: május 1-je) A helyi vállalkozások és civil szervezetek bevonása Országos reklámkampány lebonyolítása
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Unió és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	DMJV Önkormányzata Civil szervezetek Kulturális intézmények Vállalkozások Média
Megvalósítás becsült ideje	5-6 hónap évente
Megvalósítás becsült költsége	5 millió Ft (szponzori támogatás szükséges)
Várható konkrét eredmények	A helyi szereplőket megmozgató nagyszabású rendezvény Látogatók tömeges érkezése
Várható hosszabb távú hatások	A város ismertsége nő, imázsa javul A város bevételei nőnek Az idegenforgalmi szektor fejlődik
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Rendezvény-koordináció hatékonyságának növelése



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.1 A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Városi kulturális napok
Marketing-mix kapcsolódás	Termék Promóció
Célja	A helyi kulturális intézmények összefogásával jöjjön létre egy minden intézményt és szervezetet megmozgató kulturális rendezvény
Indoklás	A város kulturális intézményei és szervezetei között gyenge a partnerség, az intézmények összefogása esetleges. Emellett a városban gyenge a kulturális és idegenforgalmi kínálat, kevés a több napon át tartó rendezvény.
Intézkedés rövid leírása	Tevékenységek: <ul style="list-style-type: none"> ○ A kulturális kereslet felmérése ○ Az intézmények összefogása, partnerkapcsolatok kiépítése ○ A rendezvény helyszínének és programjának tisztázása ○ A rendezvénymegszervezése, promóciója ○ A rendezvény lebonyolítása ○ Visszacsatolás, sajtóvisszhang, eredmények publikációja A jelenleg jól működő Mozaik Fesztivál kibővítése is lehetséges megoldás lenne a rendezvény megvalósítására
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	Kulturális intézmények, oktatási intézmények Civil szervezetek Amatőr klubok, társulások (pl. nyugdíjas klub) Média
Megvalósítás becsült ideje	Szervezés: 4 hónap Rendezvény: minimum 3 nap
Megvalósítás becsült költsége	Kb. 20.000.000 Ft költség, de a bevételekből a költségek egy része fedezhető
Várható konkrét eredmények	A városi intézmények és szervezetek konkrét fellépési lehetőséget kapnak, ahol megismerhetik őket, és egymást is megismerhetik. A dunaújvárosi programok száma nő
Várható hosszabb távú hatások	A kulturális intézmények együttműködési készsége fokozódik, a partnerség erősödik köztük Nő az intézmények kihasználtsága, és a vendégek száma
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Szabadidős portál



Kapcsolódó prioritás	III.1 A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Tehetségkutató zenei verseny
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	A rekreációs kínálat, és azon belül a zenei kínálat fejlődjön a városban.
Indoklás	A város rekreációs, és azon belül a zenei kínálata alacsony. A turisztikai látogatottság és a szórakozási lehetőségek is egyre csökkennek.
Intézkedés rövid leírása	Egy országos szintű, többkategóriás (komolyzene, pop, rock) tehetségkutató verseny szervezése a városban, amely várhatóan a fiatal korosztály nagy tömegeit vonzaná. A rendezvényt évente is meg lehet szervezni.
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Kulturális Iroda
Lehetséges partnerek	Zeneiskola Kórusok, zenekarok Amatőr együttesek Helyi vállalkozók (hirdetési lehetőség)
Megvalósítás becsült ideje	Szervezés: 4 hónap Megvalósítás: 2-4 nap
Megvalósítás becsült költsége	2.000.000 Ft
Várható konkrét eredmények	A rendezvény lebonyolításával nő a város kulturális és rekreációs kínálata. Több turista érkezik a városba.
Várható hosszabb távú hatások	A város imázsa javul. A fiatalok megismerik a helyi zenei életet és lehetőségeit.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Kulturális napok



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.2 A rekreációs és idegenforgalomi kereslet élénkítése
Intézkedés megnevezése	Szabadidős portál kialakítása
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	A kulturális intézmények, szabadidős szolgáltatók és civil szervezetek közösen jelenjenek meg az Interneten
Indoklás	A város rekreációs lehetőségeinek kommunikációja nem elég hatékony, és sok az olyan intézmény, amely nem, vagy csak nagyon ritkán jelenik meg a nyilvánosság előtt. A lakosság és az idelátogatók emiatt nem ismerik kellőképpen a rekreációs, a kulturális lehetőségeket, és így nem is tudják igénybe venni őket. Ezért sok intézmény kihasználtsága nem megfelelő.
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ Rekreációs és szabadidős lehetőségekről (pl. klubok, szakkörök, rendezvények, stb.) ○ A kulturális intézményekről és szervezetekről (saját arculatukat tükrözve) ○ A kulturális programokról ○ A kiemelkedő művészekről, sportolókról, stb. ○ Fórum ○ az intézmények saját maguk kezelik, töltik fel a honlapot, így az aktualitás könnyebben biztosíthatóvá válik ○ Kapcsolódás más oldalakhoz
Lehetséges megvalósító	Dunaújváros Online Kft. (Dunaújváros hivatalos honlapja)
Lehetséges partnerek	DMJV Önkormányzat Kulturális intézmények, szervezetek Sportintézmények és szervezetek Rekreációs és szórakoztató szolgáltatók
Megvalósítás becsült ideje	3 hónap
Megvalósítás becsült költsége	800.000 Ft
Várható konkrét eredmények	Egy átfogó ismertető a város rekreációs és kulturális intézményeiről, programjairól. A kulturális intézmények kommunikációja városi és hazai viszonylatban is fejlődik.
Várható hosszabb távú hatások	Nő a kulturális kereslet Összehangoltság és tervezhetőség javul Lakossági igények megismerése (fórumok)
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Kulturális napok Városi partnerségi hálózat Folyamatos marketingkutató



Kapcsolódó prioritás	I.1 Befektetők vonzása, kezelése III.2 A rekreációs és idegenforgalmi kereslet élénkítése
Intézkedés megnevezése	A város képviselete kiállításokon
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció Eladási csatorna
Célja	A város ismertsége és vonzó hatása növekedjen azáltal, hogy a város különböző hazai és nemzetközi kiállításokon vesz részt
Indoklás	A marketing eszközök közül több olyan is létezik, amelyet a város nem vagy nem elég hatékonyan használ ki a fenti érdekek érvényesítéséhez. A kiállításon való részvétel a kereslet növelésének egyik hagyományosan hatékony eszköze. A kiállításokon való részvétellel támogatható a lobbitevékenység, kiterjeszhető a partnerség is.
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ Költségek felmérése, kiállítás módjának meghatározása (résztevő vagy látogató, saját vagy bérelt stand) ○ Kiállítási részvétel megszervezése ○ Kiállítási anyagok összeállítása, legyártása ○ Kiállításon való részvétel ○ Hatásvizsgálat, visszacsatolás, eredmények kutatása és közzététele, tapasztalatok megosztása
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht. (Tourinform Iroda)
Lehetséges partnerek	DMJV Önkormányzata Innopark Kht. „HÍD” Egyesület ITDH Kht.
Megvalósítás becsült ideje	Kiállítás szervezés: 4 hónap
Megvalósítás becsült költsége	Kiállítási részvétel esetén kiállításenként 2.000.000 Ft (Állami támogatás igénybe vehető) Kiállítás látogató esetén kb. 200.000 Ft/ fő
Várható konkrét eredmények	A kiállításokon való részvétellel a városról készült anyagok közvetlenül a kívánt célcsoporthoz jutnak el A nemzetközi rendezvényeken, kiállításokon a város partnerségi kapcsolatai kiterjedtebbé válnak
Várható hosszabb távú hatások	A város népszerűbbé válik a befektetők és turisták körében A város partnerségi hálózatának növelésével a lobbitevékenység erősödik, az információk áramlása javul
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Befektetői csoport Tercier szektorbeli befektetés ösztönzés Összehangolt médiakampány Dunaújvárosról Kiadványok megjelentetése a városról



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.3 A rekreációval, idegenforgalommal kapcsolatos koordináció és partnerség fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Turisztikai arculati kézikönyv kidolgozása
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	A város turisztikai arculata váljon egységessé, és ezáltal az idegenforgalmi kommunikáció hatékonysága növekedjen.
Indoklás	A város idegenforgalmi kommunikációja nem összehangolt és a turisztikai arculat nem egységes. A különböző turisztikai szolgáltató intézmények megjelenése és kommunikációja eseti, és kevés az összehangolt kommunikációs kampány, illetve marketingkommunikációs eszköz.
Intézkedés rövid leírása	A városmarketing terv, illetve arculat alapján egy egységes turisztikai arculati kézikönyv összeállítása. Tevékenységek: <ul style="list-style-type: none"> ○ Arculati elemek felmérése ○ Arculati kézikönyv kidolgozása ○ A kézikönyv ismertetése, eljuttatása a szolgáltatókhoz és az intézményekhez, a kézikönyv társadalmasítása ○ Az arculati elemek általános használatának bevezetése és ellenőrzése
Lehetséges megvalósító	Tourinform iroda
Lehetséges partnerek	Grafikai stúdió Idegenforgalmi szolgáltató vállalatok DMJV Önkormányzata Média
Megvalósítás becsült ideje	Kb. 3 hónap
Megvalósítás becsült költsége	Kb. 1 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Egységes, kidolgozott, mindenki számára elérhető arculati kézikönyv.
Várható hosszabb távú hatások	A város turisztikai arculata egységesebb, összehangoltabb lesz, és ezáltal a turisztikai megjelenés és kommunikáció is hatékonyabbá válik. A kézikönyv társadalmasításával a város turisztikai szolgáltatóinak partnersége is szorosabbá válhat.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Dunaújváros Arculati Terve



Kapcsolódó prioritás	III.3 A rekreációval, idegenforgalommal kapcsolatos koordináció és partnerség fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Turisztikai célú kutatás
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatorna
Célja	A városi turizmus helyzetét és a turisztikai értékeket folyamatosan mérjék fel, kutassák, a város turisztikai szolgáltatóinak bevonásával
Indoklás	A város turisztikai adottságiról és az ide látogató turistákról kevés információ áll rendelkezésre, ami nehezíti a döntéshozók munkáját, és a hatékony menedzsmentet. A Dunaújváros Főiskola Térségfejlesztési Kutatócsoportja végez a turizmushoz köthető kutatásokat, de ezek nem ölelik fel a teljes témakört, csak egyes területekre irányulnak (pl. külső imázs)
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ A kutatási terv elkészítése, kutatási témakörök kijelölése (pl. belső imázs, a rekreációs lehetőségekkel való elégedettség, intézmények látogatottsága, kihasználtsága, stb.) ○ Idegenforgalmi helyzetfelmérés, kutatás városi és nemzeti szinten is ○ Az adatok feldolgozása, elemzése ○ Az adatok közzététele
Lehetséges megvalósító	Dunaújvárosi Főiskola Térségfejlesztési Kutatócsoport
Lehetséges partnerek	DMJV Önkormányzata Tourinform Iroda Turisztikai szolgáltatók, kulturális intézmények Internetes szolgáltatók
Megvalósítás becsült ideje	Kutatás / témakör: 3 hónap
Megvalósítás becsült költsége	3 m Ft/év
Várható konkrét eredmények	A városban pontos információk állnak majd rendelkezésre a rekreációval és az idegenforgalommal kapcsolatban. Az információk pedig segítséget nyújtanak a hatékonyabb döntéshozatalban és menedzsmentben.
Várható hosszabb távú hatások	A kutatási tevékenységgel megszerzett információk segítséget nyújtanak a turisztikai stratégia alakításához, és ezáltal a turisztikai kínálat fejlesztéséhez is. Javul a partnerség is.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Legjobb turisztikai szolgáltató díj Folyamatos marketingkutatás Sajtó- és médiaközpont



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.3 A rekreációval, idegenforgalommal kapcsolatos koordináció és partnerség fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Rendezvény-koordináció hatékonyságának növelése
Marketing-mix kapcsolódás	Termék Promóció
Célja	A Dunaújvárosban megrendezésre kerülő rendezvények (időbeni, térbeni, célcsoportonkénti) összehangolása, koordinációja, illetve ezen rendezvények kommunikációja javuljon
Indoklás	A városban sok olyan rendezvény van, amely nagy közönséget vonz, de több olyan is akad, amelyre kevés érdeklődő látogat el. A kínálat kiegyensúlyozása, összehangolása ezért fontos feladat. Elengedhetetlen az is, hogy a kínálatot a kereslettel összehangolják, és a kereslet szerint alakítsák.
Intézkedés rövid leírása	A koordinátor, vagy a koordinációs csoport feladatai: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kapcsolatfelvétel a szervezőkkel, a partnerség kiépítése ○ Rendezvénynapotár készítése az év elején ○ A rendezvények iránti kereslet felmérése ○ A rendezvények időpontjának összehangolása ○ Rendezvénycsomagok létrehozása (pl. motorsport napok; rally, motorcsónakverseny; autós találkozók, stb.) ○ A rendezvények kommunikációjának segítése ○ A rendezvénynapotár folyamatos frissítése
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Unió és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	Rendezvény szervező cégek Kulturális intézmények és szervezetek
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Kb. 2 millió Ft évente, 1 fő foglalkoztatásakor
Várható konkrét eredmények	Egy átfogó rendezvénynapotár jön létre. Fontos, hogy a rendezvényeknek lesz egy felelőse, aki a város rendezvényeiről és az azokat szervezőkről részletes információkkal rendelkezik majd.
Várható hosszabb távú hatások	Erősödik a partnerség és a kínálat kommunikációja Nő a vendégek száma
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Szabadidős portál Kulturális napok Városi partnerségi hálózat Kiadványok a városról



Kapcsolódó prioritás	III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	A gyurgyalag fészkelő hely népszerűsítése
Marketing-mix kapcsolódás	Termék, Promóció
Célja	A természeti értékkel kapcsolatos információ jusson el a célközönséghez, és turistákat vonzzon a városba.
Indoklás	A város sok természeti értékkel rendelkezik, amely többsége a helyi lakosság körében, illetve országos és külföldi viszonylatban is ismeretlen. A városi értékekkel kapcsolatos kommunikáció nem elég hatékony.
Intézkedés rövid leírása	Kommunikációs kampányterv kidolgozása, melynek elemei lehetnek: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kiadvány a fészkelő helyről ○ Média megjelenések ○ Rajz és fotópályázatok, kiállítások ○ Iskolai kirándulások A kampányterv megvalósításával a fészkelő hely népszerűsítése.
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Építésügyi és Környezetvédelmi Iroda
Lehetséges partnerek	Kistérségi Európai Unió és Idegenforgalmi Kht. Oktatási intézmények Civil szervezetek
Megvalósítás becsült ideje	1 év
Megvalósítás becsült költsége	Tervezés: 500 ezer Ft Megvalósítás: 2 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Média megjelenések, rendezvények, kiadványok a természeti értékről
Várható hosszabb távú hatások	A természeti értékek ismertsége nő. A lokálpatriotizmus erősödik. A turisták száma nő.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Kiadványok a városról



Kapcsolódó prioritás	III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	A város bekapcsolása az országos helymeghatározási versenybe
Marketing-mix kapcsolódás	Termék, Promóció
Célja	A természeti és építészeti értékekkel kapcsolatos információ jusson el a célközönséghez, és turistákat vonzzon a városba. Rendezzenek egy helymeghatározó versenyt a városban.
Indoklás	A város sok természeti és építészeti értékkel rendelkezik, amely többsége a helyi lakosság körében, illetve országos és külföldi viszonylatban is ismeretlen. A városba látogató turisták száma alacsony, a rekreációs kínálat nem megfelelő.
Intézkedés rövid leírása	Kapcsolatfelvétel az országos helymeghatározási verseny szervezőivel, és a város bekapcsolása a versenybe. A rendezvény megszervezése és promóciója.
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	DMJV PH Építésügyi és Környezetvédelmi Iroda Oktatási intézmények Civil szervezetek
Megvalósítás becsült ideje	Kapcsolatépítés: 2 hónap Szervezés: 3 hónap
Megvalósítás becsült költsége	Megvalósítás: 2 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Népszerű, sok látogatót vonzó rendezvény.
Várható hosszabb távú hatások	A természeti és építészeti értékek, és ezáltal a város ismertsége nő. A turisták száma nő.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	Arborétum és erdei iskola kialakítása
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	Hozzanak létre egy arborétumot és egy erdei iskolát a város természeti értékeinek népszerűsítésére.
Indoklás	A város sok természeti értékkel rendelkezik, amely többsége a helyi lakosság körében ismeretlen, vagy kevésbé ismert. A városban kevés rekreációs lehetőség áll a fiatalok rendelkezésére. A városban nagy mértékű a környezetszennyezés. A környezettudatos nevelésnek fontos szerepe van a szennyezés enyhítésében.
Intézkedés rövid leírása	Egy arborétum kialakítása: <ul style="list-style-type: none"> ○ Az adott terület rendezése ○ Természeti értékek megjelölése ○ Tanösvény kialakítása Erdei iskola kialakítása: <ul style="list-style-type: none"> ○ Tanépület kialakítása ○ Csoportok megszervezése ○ Képzés megszervezése és lebonyolítása
Lehetséges megvalósító	DMJV. P.H. Építésügyi és Környezetvédelmi Iroda
Lehetséges partnerek	Oktatási intézmények Civil szervezetek
Megvalósítás becsült ideje	Szervezés: 8 hónap Tevékenység: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	10 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Népszerű, sok látogatót vonzó arborétum és erdei iskola
Várható hosszabb távú hatások	A természeti értékek, és ezáltal a város ismertsége nő. A turisták száma nő. A fiatalok körében elterjed a környezettudatos magatartás.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	Kilátó Városháza tetején
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	Hozzanak létre egy kilátót a város egyik magas épületének, pl. a Városházának a tetején.
Indoklás	A város turisztikai kínálata alacsony, nem megfelelő. A turisztikai attrakciók és termékek száma alacsony.
Intézkedés rövid leírása	A kilátó kialakítása: <ul style="list-style-type: none"> ○ Az épület felmérése ○ Tervkészítés ○ Kivitelezés ○ Turisztikai szolgáltatások kiépítése (pl. kávézó)
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Építésügyi és Környezetvédelmi Iroda
Lehetséges partnerek	Helyi vállalkozások
Megvalósítás becsült ideje	2 év
Megvalósítás becsült költsége	20 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Népszerű, sok látogatót vonzó kilátó, plusz egy turisztikai termék
Várható hosszabb távú hatások	A városba látogató turisták száma nő.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	Szocreál „skanzen”, építészeti emlékhely a belvárosban
Marketing-mix kapcsolódás	Termék
Célja	Hozzanak létre egy építészeti emlékhelyet, egy szocreál skanzent a belváros építészeti emlékeire alapozva.
Indoklás	A város turisztikai kínálata alacsony, nem megfelelő. A turisztikai attrakciók és termékek száma alacsony. A város kiemelkedő szocreál és modern építészeti értékekkel rendelkezik.
Intézkedés rövid leírása	A skanzen kialakítása: <ul style="list-style-type: none"> ○ Az épületek felmérése ○ Tervkészítés ○ Az épületek felújítása ○ Turisztikai szolgáltatások kiépítése (túraútvonal, múzeum, stb.)
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Építésügyi és Környezetvédelmi Iroda
Lehetséges partnerek	Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht. Helyi vállalkozások
Megvalósítás becsült ideje	2 év
Megvalósítás becsült költsége	100 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Népszerű, sok látogatót vonzó skanzen, plusz egy turisztikai termék
Várható hosszabb távú hatások	A városba látogató turisták száma nő.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Szórakoztató szocreál irodalmi előadások



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	II.2. A lakosok életminőségének fejlesztése III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Családi sportkártya
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatorna
Célja	Hozzanak létre egy kedvezményes, egységes belépőrendszert a helyi sportolási lehetőségek igénybevételére.
Indoklás	A városban a tömegsportnak nagy hagyománya van. A helyi lakosok életminősége, egészségi állapota nem megfelelő. Az emberek ritkábban járnak sportolni.
Intézkedés rövid leírása	Egy kedvezményes rendszer kialakítása; <ul style="list-style-type: none"> ○ Családi kedvezmények, ifjúsági kedvezmények ○ Kártyás rendszer bevezetése (lehet pontgyűjtő akció is) A rendszer promóciója és bevezetése.
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Ifjúsági és Sport Iroda
Lehetséges partnerek	Oktatási Intézmények Sportszervezetek és intézmények Civil szervezetek
Megvalósítás becsült ideje	2 év
Megvalósítás becsült költsége	30 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Népszerű, sok látogatót vonzó sportolási lehetőségek.
Várható hosszabb távú hatások	A lakosok egészségi állapota és életminősége javul.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



Kapcsolódó prioritás	II.2. A lakosok életminőségének fejlesztése III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése IV.2. A város imázsának javítása:
Intézkedés megnevezése	Az Újvárosi 4 próba országos szintűre való bővítése
Marketing-mix kapcsolódás	Termék, Promóció
Célja	Készüljön egy kommunikációs kampányt az Újvárosi 4 próba országos népszerűsítésére. Bővüljön a rendezvény, és legyen alkalmas nagyobb közönség mozgósítására, befogadására.
Indoklás	A városban a tömegsportnak nagy hagyománya van. A városi rendezvények népszerűsége nem megfelelő, és kevés az országos hírű rendezvény a városban.
Intézkedés rövid leírása	A rendezvény kibővítése: <ul style="list-style-type: none"> ○ Újabb attrakciók és programok megtervezése és megvalósítása ○ A szolgáltatók számának növelése A rendezvény kommunikációjának kibővítése: <ul style="list-style-type: none"> ○ Országos kommunikációs kampány megtervezése ○ A kampány lefolytatása ○ A kampány hatásának és eredményességének mérése
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Ifjúsági és Sport Iroda
Lehetséges partnerek	Oktatási Intézmények Sportszervezetek és intézmények Civil szervezetek
Megvalósítás becsült ideje	Rendezvényszervezés: 4 hónap Kampánytervezés: 3 hónap Kampány lefolytatása: 2 hónap
Megvalósítás becsült költsége	10 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Népszerű, sok látogatót vonzó rendezvény.
Várható hosszabb távú hatások	A város megítélése javul. A lakosok életminősége javul.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Egyedi, országos rendezvény, attrakció megszervezése



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése IV.2. A város imázsának javítása:
Intézkedés megnevezése	Testvérvárosok kiállítása
Marketing-mix kapcsolódás	Termék, Promóció
Célja	Rendezzenek egy kiállítást a város testvérvárosainak részvételével, illetve szervezzenek meg egy ehhez kapcsolódó rendezvénysorozatot.
Indoklás	A város testvérvárosi kapcsolatai fejlesztésre szorulnak. A turisztikai látogatottság nem megfelelő. A város imázsa rossz.
Intézkedés rövid leírása	Kiállítás: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kapcsolatfelvétel a testvérvárosokkal ○ Kiállítás megszervezése (városonként egy-egy stand a bemutatkozásra) ○ Kiállítás lebonyolítása Rendezvények: <ul style="list-style-type: none"> ○ A kiállításhoz kapcsolódó rendezvények megszervezése ○ Rendezvény lebonyolítása
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Unió és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	Oktatási Intézmények Kulturális intézmények Civil szervezetek
Megvalósítás becsült ideje	Kiállítás szervezés: 6 hónap Rendezvényszervezés: 4 hónap
Megvalósítás becsült költsége	5 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Népszerű, sok látogatót vonzó rendezvény.
Várható hosszabb távú hatások	A város megítélése javul. A testvérvárosokkal való kapcsolat erősödik.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Egyedi, országos rendezvény, attrakció megszervezése



Marketing fejezet

Az előző három fejlesztési fejezetet is érintő (horizontális) fejezetként a marketinghez tartoznak a menedzsment funkciók, a város imázsát (hírét, ismertségét) alakító tevékenységek és a külső és belső kommunikáció fejlesztése.

A menedzsmentről elmondható, hogy Dunaújváros sok területen úttörő munkát végzett (munkaerő-gazdálkodás, pályázati koordináció, stb.), azonban sok hiányosság is létezik (városmarketing szervezeti háttere, városfejlesztési stratégia, stb.). A város imázsa negatív a legtöbb célcsoportnál, és a kommunikációs tevékenységek is jelentős fejlesztésre szorulnak.

A fentiekből következően három irányba mutatnak a szükséges intézkedések:

1. A város menedzsment funkcióinak fejlesztése: a városfejlesztéssel kapcsolatos tervezés, érdekérvényesítés, intézményi háttér és partnerség fejlesztése.
2. A város imázsának javítása: Dunaújváros új arculatának kialakítása és tudatosítása a célcsoportok körében.
3. Külső és belső kommunikáció fejlesztése: a helyi szereplők közötti kommunikáció, partnerség és együttműködés fejlesztése, és a város külső partnereivel való kapcsolat erősítése.



Kapcsolódó prioritás	IV.1 A város menedzsment funkcióinak fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Városmarketing szervezeti háttérének kialakítása
Célja	A városmarketing tevékenység legyen összehangolt, és jöjjön létre egy városmarketing szervezet
Indoklás	A városmarketing nem funkcionál Dunaújvárosban, és ezáltal a város menedzsment funkciói nem elég hatékonyak. A hatékonyság javítását nagymértékben elősegítené a városmarketinget tudatos, összehangolt alapokra helyező városmarketing iroda.
Intézkedés rövid leírása	Tevékenységek (minimum egy főre): <ul style="list-style-type: none"> ○ Marketing eszközök használatának erősítése és összehangolása ○ Városi programok összehangolása ○ Partnerség erősítése a városi szereplők, intézmények, szervezetek között ○ Aktív kapcsolattartás a médiával, a megjelenő információk kontrollja ○ Együttműködés a fejlesztési csoportokkal, szervezetekkel ○ Kutatási tevékenység, stb.
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	Tourinform Iroda M8- Dunahíd Kht. Innopark Kht. DMJV Önkormányzata
Megvalósítás becsült ideje	A szervezeti háttér felállítása – 2 hónap
Megvalósítás becsült költsége	3 m Ft / év (egy fő foglalkoztatása)
Várható konkrét eredmények	Városmarketing iroda megalakulása, a város marketingjének összehangolása.
Várható hosszabb távú hatások	Tudatos, összehangolt városmarketing tevékenység, amely fejleszti a város imázsát, a lakosok lokálpatriotizmusát, a vállalkozások partnerségét, stb.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



Kapcsolódó prioritás	IV.1 A város menedzsment funkcióinak fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Városfejlesztési terv kidolgozása
Célja	Egy céltudatos, középtávú, fenntartható, operatív fejlődési program kerüljön kidolgozásra, amelyhez a fejlesztéseket igazítani lehet
Indoklás	A város menedzselése nem hatékony, mivel nincs egy átfogó fejlesztési stratégia, amihez a tevékenységet igazítani lehetne. A város hosszú távú, stratégiai céljait nem fogalmazták meg, a városfejlesztés területeit nem hangolták össze, emiatt az egyes tevékenységek összehangolása sem hatékony. A város imázsa rossz, és ennek javítását csak egy konkrétan meghatározott stratégia mentén haladva lehet elérni.
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ Módszertan meghatározása ○ Helyzetelemzés ○ Stratégiai célok magalkotása ○ Stratégiai intézkedési terv kidolgozása ○ Különböző fejlesztési területek koncepcióinak kidolgozása és összehangolása ○ A stratégia controllingjának, ellenőrzésének kidolgozása <p>A fejlesztési stratégia alapját képezheti a kidolgozott városmarketing stratégia és terv.</p>
Lehetséges megvalósító	Dunaújváros Megyei Jogú Városának Önkormányzata
Lehetséges partnerek	M8-Dunahíd Kht. „HÍD” Egyesület Innopark Kht. Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht. Donbass-Duferco (Dunaferr) KDRFÜ
Megvalósítás becsült ideje	1 év
Megvalósítás becsült költsége	3.000.000 Ft
Várható konkrét eredmények	Városfejlesztési stratégiai terv, amire a tevékenységet építeni lehet. Összehangolt területi fejlesztési koncepciók.
Várható hosszabb távú hatások	A város menedzselése hatékonyabbá válik. A hatékony tevékenység vonzóbbá teszi a várost a befektetők, turisták, letelepedők és a helyi lakosok számára. A város érdekképviselője hatékonyabbá válik.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



Kapcsolódó prioritás	IV.1 A város menedzsment funkcióinak fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Városfejlesztési intézményi háttérének fejlesztése
Célja	A városfejlesztéssel foglalkozó szervezetek, intézmények tevékenysége legyen összehangolt
Indoklás	A város menedzsment funkciója nem elég hatékony. Ennek egyik oka, hogy a városfejlesztési tevékenység széttagolt. Több szervezet, cég is foglalkozik fejlesztéssel, de munkájukat gyakran nem egyeztetik, nem hangolják össze. Egy bizottság létrehozásával, és rendszeres összehívásával alkalmuk nyílna a tevékenységek egyeztetésére. A finanszírozási és informatikai háttér fejlesztésével pedig a gyakorlatban is összehangolhatóvá válik a tevékenység.
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ A fejlesztéssel foglalkozó szervezetek képviselőinek delegálása a bizottságba. ○ A bizottság tisztviselőinek megválasztása ○ A finanszírozás összehangolása (pl. egy közös költségvetési sor kialakítása a városfejlesztésre) ○ A szervezetek közötti informatikai hálózat fejlesztése, adatbázis létrehozása
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata
Lehetséges partnerek	M8-Dunahíd Kht. Innopark Kht. Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht.
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Partnerség kiépítése: 200.000 Ft Informatikai rendszer kiépítése: 2.000.000 Ft
Várható konkrét eredmények	A városfejlesztéssel foglalkozó szervezetek közötti partnerség erősödik, és ezáltal a városfejlesztés hatékonyabbá válik. Az informatikai rendszer fejlesztésével egy egységes adatbázist lehet létrehozni a fejlesztéssel kapcsolatban, amely erősíti a rendelkezésre álló információk rendszerét és ezáltal a döntések hatékonyságát. A bizottság létrehozásával az önkormányzat menedzsment funkciója hatékonyabbá tehető.
Várható hosszabb távú hatások	A városfejlesztés hatékonyabbá válásával például több befektető vagy turista érkezik a városba, amely növeli a város bevételeit.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Városi partnerségi hálózat



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	IV.1 A város menedzsment funkcióinak fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Folyamatos marketingkutatás Dunaújvárosban
Célja	A város marketing és menedzsment tevékenysége legyen megalapozott azáltal, hogy egy kutatócsoport rendszeresen információt gyűjt a városról (gazdaság, lakosok, turizmus, imázs, stb.)
Indoklás	A város menedzsment funkciója nem elég hatékony, melynek egyik oka valószínűleg az információhiány. A városban sok területről nem állnak rendelkezésre a szükséges információk, vagy a meglévő információk elavultak. A Főiskolán működik egy kutatócsoport, és ezen csoport hatáskörének, munkájának kiterjesztésével nagymértékben hozzájárulhatna az információhiány okozta problémák kiküszöböléséhez. Az információk elégtelenségének oka az információtorzulás is lehet, melynek oka az adatok rendezetlenségéből adódhat. Fontos tehát, hogy a városban a döntéshozók számára egy aktuális, pontos, hozzáférhető és torzításmentes információforrás, adatbázis álljon rendelkezésre.
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kutatási stratégia kialakítása, szükséges információk felmérése ○ Kutatási módszertan kidolgozása ○ Folyamatos kutatási és feldolgozási tevékenység biztosítása (humán erőforrás, eszközök) ○ Adatbázis létrehozása és folyamatos frissítése
Lehetséges megvalósító	Dunaújváros Főiskola Térségfejlesztési Kutatócsoport
Lehetséges partnerek	DMJV Önkormányzata Média
Megvalósítás becsült ideje	Projekt: 4 hónap Tevékenység: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Projekt: 1.000.000 Ft Tevékenység: 2.000.000 Ft / év
Várható konkrét eredmények	Hozzáférhető, pontos, torzításmentes információforrás, adatbázis.
Várható hosszabb távú hatások	A városi döntéshozók a rendelkezésre álló információk alapján pontosabb és megalapozottabb döntéseket hozhatnak. A város menedzsment tevékenysége és érdekképviselője hatékonyabbá válik. A városmarketing tevékenység folyamatos kontrollingja biztosítható lesz.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Pályázat az értékek és negatívumok feltárására



Kapcsolódó prioritás	IV.2 A város imázsának javítása
Intézkedés megnevezése	Dunaújváros Arculati Terve
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	Készüljön el Dunaújváros arculati terve, és az arculati elemeket hangolják össze
Indoklás	Dunaújváros imázsa rossz, így a város nem vonzó sem a befektetők, sem a turisták, sem pedig a letelepedni vágyók számára. Az imázs javítására a városnak egységes arculattal kell megjelennie a nyilvánosság előtt, de jelenleg az arculati elemeket csak esetlegesen, nem összehangoltan használják. Egy arculati kézikönyv kialakításával, és hatékony alkalmazásával az imázs nagy mértékben javítható lenne.
Intézkedés rövid leírása	Tevékenységek: <ul style="list-style-type: none"> ○ Meglévő arculati elemek összegyűjtése, hiányzó elemek feltárása ○ Arculati kézikönyv kidolgozása ○ A kézikönyv sokszorosítása és terjesztése ○ A kézikönyv használatára vonatkozó szabályozás kialakítása ○ Az arculati elemek, eszközök létrehozása, kivitelezése ○ Az arculati eszközök terjesztése
Lehetséges megvalósító	Dunaújváros Megyei Jogú Város Önkormányzata
Lehetséges partnerek	Megbízott grafikai stúdió, grafikus szakértő Kulturális intézmények, képzőművészek Média
Megvalósítás becsült ideje	4 hónap
Megvalósítás becsült költsége	Arculati kézikönyv 2.000.000 Ft Arculati elemek kivitelezése 2.000.000 Ft
Várható konkrét eredmények	A város egységes megjelenése a nyilvánosság előtt. Arculati kézikönyv, amihez a megjelenéseket igazítani lehet. Az arculati eszközök az intézményeknél rendelkezésre állnak.
Várható hosszabb távú hatások	A kedvezőtlen imázs pozitív irányban való fejlődése. Több befektető érdeklődik a város iránt. A partnerség erősödik a városi intézmények között. A város érdekképvisellete hatékonyabbá válik.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Turisztikai arculati kézikönyv Összehangolt médiakampány a városról Kiállításokon való megjelenés



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	IV.2 A város imázsának javítása
Intézkedés megnevezése	Kiadványok a városról
Célja	Készüljenek bemutatkozó anyagok (CD, kiadvány, honlap) a városról, amelyek alkalmazkodnak a különböző célcsoportok (befektetők, turisták, állami szervek, stb.) információs igényeihez, és amelyeket országos és külföldi viszonylatban is lehet terjeszteni
Indoklás	A város imázsa rossz, és ennek egyik oka, hogy a város értékei nem ismertek, illetve az értékek kommunikációja nem elég hatékony. Nem létezik egy olyan bemutatkozó anyag a városról, amely minden területre kiterjed, egységes és kielégíti minden célcsoport információs igényét.
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ Az anyagok tartalmának egyeztetése, kialakítása ○ Adatgyűjtés, információgyűjtés ○ Grafikai szerkesztés, tervezés ○ Kivitelezés, sokszorosítás ○ Terjesztés (on-line verzió is) <p>A CD anyagát évente felül kell vizsgálni, és szükség esetén módosítani kell.</p>
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	DMJV Önkormányzata Grafikai tervező Sokszorosítást kivitelező Az egyes területek szakértői Dunaújváros Online Kft. (Dunaújváros hivatalos honlapja)
Megvalósítás becsült ideje	3 hónap
Megvalósítás becsült költsége	2.500.000 Ft (5.000 Db CD esetén)
Várható konkrét eredmények	A városról egy kézzelfogható, interaktív bemutatkozó, reprezentációs anyag áll majd rendelkezésre.
Várható hosszabb távú hatások	A város értékeinek bemutatása hatékonyabbá válik, ezáltal maguk az értékek is ismert(ebb)ek lesznek. Az értékek megismertetésével a város vonzóbbá válhat, és az imázs is javulni fog.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Dunaújváros Arculati Terve Összehangolt médiakampány a városról



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	IV.2 A város imázsának javítása
Intézkedés megnevezése	Dunaújváros emblematikus alakja
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	Legyen a városnak egy „arca”, egy személy, aki országos és nemzetközi viszonylatban képviseli a várost, illetve akiről a városiak példát vehetnek.
Indoklás	A város imázsa kedvezőtlen. Az imázs javításának érdekében meg kell keresnünk Dunaújvárosban azt a személyt, aki országos elismertségével, hírességével méltóan képviselhetné, javíthatná városunk kedvezőtlen imázsát. Az emblematikus személyhez kapcsolhatóak a városi arculatot tükröző reklámok, és a karizmatikus személy alkalmazásával a város kommunikációjának hatékonysága is javítható.
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pályáztatás, lakossági szavazás évente ○ Az arculati kézikönyvbe építés ○ Reklámok készítése az emblematikus személlyel ○ Az emblematikus személy rendezvényeken való szereplése
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	Lakosság Média
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Kb. 100.000 Ft / év + reklámköltség kb. 1.000.000 Ft /év
Várható konkrét eredmények	A város arculata kiegészül egy emblematikus személlyel, akinek segítségével az arculat hatékonysága nagy mértékben nőhet.
Várható hosszabb távú hatások	Az emblematikus személy tevékenységével növeli a város vonzó hatását, javul a város imázsa. A kommunikáció kiegészítése ezen arculati elemmel pedig összehangoltabbá, és ezáltal hatékonyabbá teheti a város külső kommunikációját.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Dunaújváros Arculati Terve Turisztikai arculati kézikönyv Összehangolt médiakampány a városról Kiállításokon való megjelenés Dohányzás, alkohol és drog elleni kommunikáció Dunaújvárosi Főiskola ismertségének és imázsának javítása



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	IV.2 A város imázsának javítása
Intézkedés megnevezése	A Dunaújvárosi Főiskola ismertségének és imázsának javítása
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	A Dunaújvárosi Főiskola ismertsége és imázsa javuljon
Indoklás	A helyi főiskola oktatási és szolgáltatási színvonala negatív megítélésű országos szinten. Emellett az ismertsége is fejlesztésre szorul, mind helyben, mind országosan. A meglévő kommunikációs tevékenységeket (nyílt nap) is fejleszteni kell.
Intézkedés rövid leírása	Kommunikációs program tervezése a Dunaújvárosi Főiskola ismertségének és imázsának javítására A kommunikációs program megvalósítása A főiskola és Dunaújváros arculatának összehangolása
Lehetséges megvalósító	Dunaújvárosi Főiskola
Lehetséges partnerek	HÖK, IITI Média
Megvalósítás becsült ideje	Tervezés: 6 hónap Megvalósítás: 12 hónap, folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Tervezés: 200-400 e Ft
Várható konkrét eredmények	Kommunikációs program Fórumok
Várható hosszabb távú hatások	A főiskola ismertsége nő, imázsa javul, ezáltal Dunaújváros híre is javul A felvételizők száma nő A diákok elégedettsége javul
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Dunaújváros Arculati Tervének kidolgozása Összehangolt, helyi és országos médiakampány Dunaújvárosról



Kapcsolódó prioritás	IV.2 A város imázsának javítása
Intézkedés megnevezése	Vetélkedők szervezése a városról
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	A város értékeit a lakosok – főként a fiatalok - ismerjék meg.
Indoklás	A lakosok nagy része nem ismeri, vagy nem értékeli a város értékeit. A lakosság vetélkedőn való részvételével az értékek kommunikációjának hatékonysága növelhető, így az jobban eljut a célcsoporthoz.
Intézkedés rövid leírása	A vetélkedőt kétféleképpen lehet megvalósítani: iskolai vetélkedők formájában (ami később kiterjeszthető a térség vagy a régió iskoláira is), illetve TV-s, rádiós vetélkedők formájában, ahol a felnőtt lakosság vehet részt. A vetélkedőn pénzdíjat vagy tárgyi nyereményt (helyi vállalkozások termékei) kaphat a győztes. Lehet csoportos és egyéni vetélkedő is.
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Oktatási iroda
Lehetséges partnerek	DMJV PH Kulturális iroda Kulturális intézmények Oktatási intézmények, munkaközösségek, civil szervezetek Média
Megvalósítás becsült ideje	Szervezés: 4 hónap Megvalósítás: 2 hét
Megvalósítás becsült költsége	Iskolai vetélkedők: 500.000 Ft TV-s, rádiós vetélkedők: 1.000.000 Ft (szponzorálás lehetséges)
Várható konkrét eredmények	A város értékeit a lakosság megismeri.
Várható hosszabb távú hatások	A lokálpatriotizmus erősödik a lakosokban, az elvándorlás csökken.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Pályázat az értékek és a negatívumok feltárására



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	IV.3 Külső és belső kommunikáció fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Marketing tanfolyamok intézményeknek és civil szervezeteknek
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatornák
Célja	A marketing szemléletmód terjedjen el a városi intézményeknél és civil szervezeteknél, és ezáltal a köztük lévő kommunikáció erősödjön, tevékenységeik hatékonysága javuljon, valamint a városi menedzsment tevékenység fejlődjön
Indoklás	A városi intézmények, valamint a vállalkozások közötti kommunikációs és együttműködés nem hatékony, a város menedzsment tevékenysége hiányos. A marketing szemléletmód elterjesztésével a szereplők nagyobb fontosságot tulajdonítanak a kommunikációnak és a partnerségnek, az igények teljes körű kielégítésének.
Intézkedés rövid leírása	<p>Tevékenységek:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Tanfolyam célcsoportjainak meghatározása (intézményi vezetők, vállalatvezetők, stb.) ○ A tanfolyamok (internetes is) megszervezése, meghirdetése és lebonyolítása ○ Visszacsatolás, kontrolling tevékenység
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Unió és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	Dunaújvárosi Főiskola DMJV Önkormányzata DKIK Civil szervezetek Önkormányzati intézmények Internetes szolgáltatók
Megvalósítás becsült ideje	Kb. 2 hónap tanfolyamonként
Megvalósítás becsült költsége	Kb. 500.000 Ft
Várható konkrét eredmények	A marketing szemléletmód és a marketing eszközök elterjedése az intézmények és a vállalatok között.
Várható hosszabb távú hatások	A tudatformálás hatására erősödik a szereplők közötti partnerség, ezáltal javul a város belső kommunikációja. A belső kommunikáció pedig kihatással van a külső kommunikációra, és ezáltal fejlesztő hatást indukálhat a városi imázsra vonatkozóan is.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Marketing tanfolyamok vállalkozásoknak



Kapcsolódó prioritás	IV.3 Külső és belső kommunikáció fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Pályázat az értékek és negatívumok feltárására
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	A lakosság és a helyi cégek bevonásával a városi értékek és negatívumok kerüljenek feltárásra
Indoklás	A lakosság identitástudata és a lokálpatriotizmus gyenge a városban. Ennek egyik oka, hogy a lakosok nem ismerik eléggé a város értékeit, illetve nem érdekeltek a negatívumok megszüntetésében. A versennyel, illetve a pályázattal érdekeltté tennénk a helyi embereket a város megismerésében.
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pályázati rendszer kidolgozása ○ Pályázat meghirdetése, népszerűsítése ○ Pályázatok elbírálása ○ Nyertes pályázatok közzététele (pl. kiállításon, kiadványban), jutalmazása ○ Promóció <p>A pályázat témája lehet például fotókészítés, képzőművészeti alkotás létrehozása (rajz, festmény), vetélkedőn való részvétel, film vagy videofelvétel elkészítése.</p>
Lehetséges megvalósító	Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	Kulturális és oktatási intézmények Civil szervezetek, klubok Média
Megvalósítás becsült ideje	3 hónap
Megvalósítás becsült költsége	1.000.000 Ft
Várható konkrét eredmények	A város értékeinek és negatívumainak konkrét megjelenése; fotókon, filmen, rajzokon, stb. Kiállítás vagy kiadvány a nyertes alkotásokból
Várható hosszabb távú hatások	A városi lakosság jobban megismeri a város értékeit és negatívumait, és ezáltal nő a lokálpatriotizmus. A nyertes alkotások hozzájárulnak a város turisztikai kínálatának növeléséhez (pl. kiállítás vagy kiadvány formájában). A lakosság bevonásával több információ áll majd rendelkezésre a város belső imázsával kapcsolatban.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Összehangolt médiakampány a városról Turisztikai célú kutatás Folyamatos marketingkutatás Kiadványok a városról



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	IV.3 Külső és belső kommunikáció fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Önkormányzati sajtóiroda fejlesztése
Marketing-mix elem	Promóció
Célja	A város külső kommunikáció legyen összehangolt, és a kimenő, illetve városról megjelenő információkat gyűjtsék össze
Indoklás	<p>A város imázsa rossz, és ennek egyik oka az, hogy a külső kommunikáció nem elég hatékony. A médiában gyakran azonosítják a várost a Dunaferrel, és általában negatív híreket közölnek le.</p> <p>Fontos lenne a kimenő információk összehangolása egy olyan sajtó- és információs központ segítségével, amely a média képviselőinek pontos és Dunaújváros marketing stratégiájához illeszkedő információkat szolgáltatna.</p> <p>Az önkormányzatnál dolgozik egy sajtóreferens, amelynek munkájára építeni lehet.</p>
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ Az információs csatornák megtervezése ○ Kimenő önkormányzati információk összehangolása ○ Partnerség kiépítése, megerősítése a médiával és a város intézményeivel ○ Folyamatos médiafigyelés és a megjelenésekre való reagálás ○ Interaktív, internetes cikkadatbázis kialakítása
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata vagy Kistérségi Európai Uniós és Idegenforgalmi Kht.
Lehetséges partnerek	DMJV intézményei Média
Megvalósítás becsült ideje	4 hónap
Megvalósítás becsült költsége	1.500.000 Ft / év
Várható konkrét eredmények	A média számára egy biztos információforrás rendelkezésre állása, a kimenő információk viszonylagos kontrollja, a médiában megjelent információk, anyagok gyűjteménye.
Várható hosszabb távú hatások	A város kommunikációs tevékenységének összehangolásával a város imázsa nőhet, érdekérvényesítő szerepe javulhat.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Összehangolt médiakampány a városról Folyamatos marketingkutató



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	IV.3 Külső és belső kommunikáció fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Összehangolt médiakampány Dunaújvárosról
Célja	A város külső kommunikációja legyen hatékonyabb egy összehangolt, országos médiakampány megszervezésével, és ezáltal a város imázsa javuljon
Indoklás	A város külső kommunikációja esetleges és gyakran csak negatív híreket, történéseket közöl. A város vonzóbbá tétele pedig elképzelhetetlen ilyen körülmények között, a kommunikációs tevékenység összehangolása nélkül.
Intézkedés rövid leírása	Tevékenységek: <ul style="list-style-type: none"> ○ A kommunikációs stratégia, terv elkészítése az elészült és elfogadott marketing terv alapján (célcsoportok meghatározása és szegmentálása, kommunikációs eszközök leírás, stb.) ○ A kommunikációs anyagok összeállítása, kivitelezése (pl. reklámfilm, PR cikk, szórólap, stb.) ○ A kommunikációs kampány lebonyolítása ○ A kampány hatékonyságának mérése, kutatás
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata
Lehetséges partnerek	Média Grafikai stúdiók, nyomdák Reklámügynökségek
Megvalósítás becsült ideje	Kampányszervezés: 3 hónap Kampány időtartama: minimum 4 hét
Megvalósítás becsült költsége	Minimum 10 millió Ft (reklámeszközöktől függően)
Várható konkrét eredmények	A városról szóló információk közvetlenül eljutnak a kívánt célcsoportokhoz. A városról négy héten keresztül, folyamatosan pozitív információk jelennek meg a médiában.
Várható hosszabb távú hatások	A befektetők, a turisták és az egyéb célcsoportokba tartozók közvetlen információkat kapnak a városról, ami alapján nő a befektetési és idelátogatási kedv. A város vonzóbbá válik.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Kiadványok a városról Dunaújváros emblemikus alakja Dunaújváros Arculati Terve



Kapcsolódó prioritás	IV.3 Külső és belső kommunikáció fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Városi partnerségi hálózat
Célja	A városi (önkormányzati) intézmények, civil szervezetek és vállalkozások partnerségi kapcsolatai váljanak hatékonyabbá és fenntarthatóbbá egy egységes (információs) rendszer létrehozásával és fenntartásával
Indoklás	A városi (önkormányzati) intézmények, szervezetek közötti együttműködés és partnerség fejlesztésre szorul. A partnerség erősítésével az intézmények működése is hatékonyabbá válna, és ezáltal a városmenedzsment és érdekérvényesítő képessége is javulna.
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ A partnerségi hálózatok feltérképezése (belső és külső is) ○ A kommunikációs csatornák feltérképezése, fejlesztése ○ A partnerek jellemzése (tanulmánykészítés) kommunikációs szempontból ○ Információs és informatikai rendszer fejlesztése és fenntartása
Lehetséges megvalósító	DMJV Önkormányzata
Lehetséges partnerek	Önkormányzati intézmények és szervezetek Dunaújváros Online Kft. (Dunaújváros hivatalos honlapja)
Megvalósítás becsült ideje	Adatgyűjtés – 3 hónap Információs rendszer felállítása – 6 hónap Működés – folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Információs rendszer – 8 m Ft Adatgyűjtés – 200.000 Ft
Várható konkrét eredmények	Információs rendszer a kapcsolatok támogatására. Az önkormányzati intézményekkel kapcsolatos adatok rendelkezésre fognak állni, és ezáltal segítik a döntéshozatalt. Emellett a rendszer segítségével az információáramlás is hatékonyabb és gyorsabb lesz.
Várható hosszabb távú hatások	Az önkormányzati intézmények partnersége, együttműködése erősödik, és hatékonyabbá válik. Az együttműködés révén az egyes intézmények tevékenysége hatékonyabb lesz. Általánosságban az önkormányzat, illetve a város belső kommunikációja javul.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	IV.3 Külső és belső kommunikáció fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Sportnap szervezése az önkormányzati intézmények alkalmazottai számára
Marketing-mix kapcsolódás	Termék Promóció
Célja	Az önkormányzati intézmények közötti kommunikáció és együttműködés javuljon. Egy újabb rekreációs lehetőséggel bővüljön a város rekreációs kínálata.
Indoklás	Az önkormányzati intézmények közötti kommunikáció és partnerség nem hatékony, ami az intézmények fenntartható fejlődését hátráltatja. Az intézmények közötti partnerség gyenge, és ez negatívan befolyásolja a város érdekérvényesítő képességének hatékonyságát. A program megvalósításával a lakosságot, illetve konkrétan az intézményi dolgozókat ösztönözni lehet az egészséges életmódra.
Intézkedés rövid leírása	Sport nap és verseny szervezése az önkormányzati intézmények dolgozóinak. Tevékenységek: <ul style="list-style-type: none"> ○ Sportverseny megszervezése, kategóriák tisztázása ○ Verseny lebonyolítása ○ Médiakampány a versenyről A verseny évente megismételhető.
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Ifjúsági és Sportiroda
Lehetséges partnerek	Önkormányzati Intézmények és dolgozók Sportlétesítmények, sportszervezetek Civil szervezetek
Megvalósítás becsült ideje	Szervezés: 3 hónap Lebonyolítás: 2 hét
Megvalósítás becsült költsége	1.000.000 Ft
Várható konkrét eredmények	Új rekreációs lehetőség az önkormányzati intézmények dolgozói számára.
Várható hosszabb távú hatások	Az önkormányzati intézmények dolgozói között a kommunikáció hatékonyabbá válik, és ezáltal a város menedzsment funkciója fejlődik. A dolgozók egészsége javul.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Egészséges életmóddal kapcsolatos programok



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	IV.3 Külső és belső kommunikáció fejlesztése
Intézkedés megnevezése	Városmarketing témájú rovatok a helyi médiában
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatornák
Célja	Legyenek olyan fórumok, amelyeken keresztül a marketing szemléletet és a városi értékeket és problémákat közvetíteni lehet a lakosság felé
Indoklás	A lakosok nem ismerik eléggé a város értékeit, és a marketing szemléletmód sem elterjedt. A városmarketing szinte ismeretlen, ezért szükséges a folyamatos kommunikáció, ahol a városmarketing céljait, tevékenységeit, értékeit el lehet mondani, meg lehet beszélni.
Intézkedés rövid leírása	Fórumok kialakítása (TV-műsor, újság-rovat) Témák kidolgozása (főiskola imázsa, szoborfelújítások, stb.)
Lehetséges megvalósító	Helyi média
Lehetséges partnerek	Helyi szereplők
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Média költsége
Várható konkrét eredmények	Heti/havi rovat a médiában a városról, a városmarketingről A városmarketing értékek, problémák, tevékenységek ismertté válnak
Várható hosszabb távú hatások	A város értékei fejlődnek, a problémákat megoldják A városmarketing szemléletmód, a lokálpatriotizmus fejlődik
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Önkormányzati sajtóiroda fejlesztése



Kapcsolódó prioritás	IV.4. Külső és belső kommunikáció fejlesztése
Intézkedés megnevezése	PR terv az iskolaváros funkcióra
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	Készüljön egy PR kampányterv az iskolaváros helyi és országos népszerűsítésére.
Indoklás	Az iskolaváros funkció erősödése kiemelkedő fontosságú a városban. A város külső és belső kommunikációja nem elég hatékony.
Intézkedés rövid leírása	Egy átfogó PR terv készítése, melynek célja az iskolaváros funkció népszerűsítése.
Lehetséges megvalósító	Dunaújvárosi Főiskola Kommunikációs Intézete
Lehetséges partnerek	DMJV PH Oktatási és Kulturális Iroda Oktatási intézmények Média
Megvalósítás becsült ideje	5 hónap
Megvalósítás becsült költsége	2 millió Ft
Várható konkrét eredmények	PR kampányterv dokumentáció, kidolgozott projektekkel.
Várható hosszabb távú hatások	A PR kampány megvalósításával az iskolaváros funkció erősödése, helyi és országos szintű megismerésének növekedése.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Összehangolt médiakampány Dunaújvárosról



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	III.1. A rekreációs és idegenforgalmi kínálat fejlesztése IV.2. A város imázsának javítása: IV.3. Külső és belső kommunikáció fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	A Nemzet Tömegsport Városa kommunikációs kampány
Marketing-mix kapcsolódás	Promóció
Célja	Készítsenek egy kommunikációs kampánytervet a Tömegsport Város imázs kialakítására, és valósítsák meg a kampányt.
Indoklás	A helyi rekreációs lehetőségek nem megfelelőek, a sport szerepe nem elég hangsúlyozott. A városban hagyománya van a tömegsportnak. A város imázsa nem jó, fejlesztésre szorul.
Intézkedés rövid leírása	A kampány megtervezése a tömegsport hangsúlyozásával. A kampány célcsoportja a helyi és országos fiatalok, akik szeretnék igénybe venni a sportszolgáltatásokat.
Lehetséges megvalósító	DMJV PH Ifjúsági és Sport Iroda
Lehetséges partnerek	Sportlétesítmények, vállalkozások Oktatási intézmények Civil szervezetek Média
Megvalósítás becsült ideje	Tervezés: 6 hónap Megvalósítás: 6 hónap
Megvalósítás becsült költsége	10 millió Ft
Várható konkrét eredmények	A városi tömegsportot népszerűsítő kampány. A városi sportlehetőségekről pontos információk állnak majd rendelkezésre.
Várható hosszabb távú hatások	A városba látogató turisták száma nő.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	



DUNAÚJVÁROS VÁROSMARKETING TERVE

Kapcsolódó prioritás	IV.1. A város menedzsment funkcióinak fejlesztése: IV.3. Külső és belső kommunikáció fejlesztése:
Intézkedés megnevezése	E-településmarketing megoldások kifejlesztése
Marketing-mix kapcsolódás	Eladási csatorna
Célja	Dolgozzanak ki egy e-településmarketing rendszert a településmarketing informatikai támogatására. A létrehozott rendszert hangolják össze a már meglévő rendszerekkel.
Indoklás	A város menedzsment funkciója nem elég hatékony, aminek egyik oka a nem megfelelő információáramlás. A városi vezetők gyakran kevés rendelkezésre álló információ alapján döntenek. A város kommunikációs tevékenysége nem elég hatékony.
Intézkedés rövid leírása	Információs rendszer megtervezése. A rendszer kivitelezése A rendszer összehangolása már meglévő rendszerekkel.
Lehetséges megvalósító	DMJV PH
Lehetséges partnerek	Internet szolgáltatók Dunaújvárosi Online
Megvalósítás becsült ideje	Rendszer megtervezése: 6 hónap Rendszer beüzemelése: 2 hónap Rendszer összehangolása más rendszerekkel: 3 hónap
Megvalósítás becsült költsége	10 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Elérhető és pontos információk.
Várható hosszabb távú hatások	Hatékony városmarketing
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Befektetői és vállalkozás-fejlesztési információs rendszer Átfogó szociális adatbázis és szociális érdekképviselői rendszer kialakítása Évfordulós és művészeti adatbázis Szabadidős portál kialakítása Folyamatos marketingkutató Dunaújvárosban Városi partnerségi hálózat