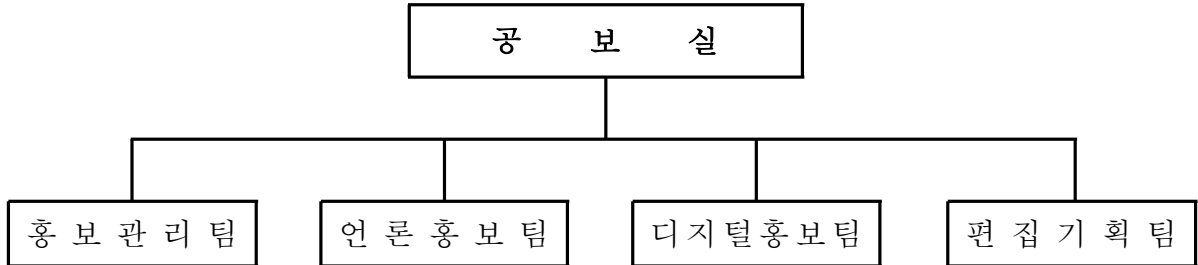


(공보실)

# 일 반 현 황

□ 조 직 (1실 4팀)

(2009. 10. 31.현재)



□ 인 원 : 21명(현원 : 20명)

(단위 : 명)

과 별	정원 (계)	일 반 직						계 약 직			기 능 직						비고
		소계	5급	6급	7급	8급	9급	소계	나급	라급	소계	6급	7급	8급	9급	10급	
정 원	21	10	1	3	2	3	1	3	1	2	8	1	1	2	2	2	
현 원	20	10	1	3	3	3	-	3	1	2	7	1	3	3	-	-	
홍 보	5	4	1	1	1	1					1			1			
언 론	4	3		1	1	1					1		1				
디 지 털	8	3		1	1	1		1		1	4	1	2	1			
편 집	3							2	1	1	1			1			

□ 지역 방송사 현황

구 분	업 체 명	사 업 구 역	채 널	비고
방 송 사	OBS경인 TV	경인지역	15	
	cj Hello TV	부천, 계양, 부평, 김포, 양천, 은평	4	
중계유선	부천북부유선	원종, 고강, 여월, 오정, 신흥, 작동	10	

□ 언론사 현황

언론사 / 명

계	중앙언론사	지방언론사	지역언론사	인터넷언론사	방송사
76 / 98	16 / 19	26 / 30	12 / 19	10 / 15	12 / 15

## □ 2009. 세입·세출 예산규모

○ 총괄

(단위 : 백만원)

연도별 회계별	2009년도		2008년도				증△감 (1-2)	증△감율
	당초 예산액(1)	구성비	최종예산		당초예산			
			예산액	구성비	예산액 (2)	구성비		
합계	1,310	100	1,231	100	1,235	100	75	6.07
일반회계	1,310	100	1,231	100	1,235	100	75	6.07
특별회계			이	하	여	백		
공기업 특별회계								
기타 특별회계								

## □ 2009년 주요 사업별 현황

(단위 : 백만원)

연번	단위사업명	사업비	사업내용	비고
계		229		
1	인터넷·영상물 홍보	76	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 인터넷 활용 시정홍보(네이버, 다음)</li> <li>- PiFan등 4대 국제행사 배너광고 게재</li> <li>· 컴퓨터 그래픽 자막기 구입 (컴퓨터, 영상편집 S/W등)</li> <li>- 영상편집시 자막처리</li> </ul>	
2	간행물 홍보	153	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 복사골부천 제작</li> <li>- 매월 1회 발간(연간 10회 제작 배포)</li> </ul>	

# 언론 친화적 전략적 특화 홍보

## □ 사업개요

- 시정 주요시책의 매체 유형별 맞춤 홍보
- 전문가(시책 책임자)를 활용한 시정홍보 기능 강화
- 사진 등 시각중심 보도기능 강화

## □ 추진실적

- 시의성 있는 보도자료 적시 제공 : 761건
  - 주요매체 : 공중파 및 지역유선방송, 신문사
  - 제공건수 : 1일 4 ~ 5건, 출입기자 및 언론사 E-mail 발송
- 새로운 언론 환경에 적극 대응
  - OBS경인방송, cj Hello TV, 경기방송 등 공중파 적극 활용 홍보 : 4회
    - ※ 6대 문화사업 행사시 방송국 오픈 스튜디오 유치·운영
  - 방송 출연 시책홍보 : 10회
- 시정 주요시책 기획홍보 활성화
  - 홍보대책회의 개최 : 41회 (주1회)
  - 홍보전략회의 개최 : 8회 (월1회)
- 주요시책 스토리텔링 마케팅 기법<sup>1)</sup> 도입 홍보
  - 테마별, 계층별 다양한 인물, 단체 발굴 언론제공 : 16건

## □ 추진성과

- 시민생활에 유익한 정보의 적기 제공
- 시정 홍보 활성화로 시정에 대한 시민 참여 및 공감대 형성
- 언론매체와 유기적 협력관계 강화로 시정홍보의 실효성 제고

1) 스토리텔링 마케팅이란 이야기(story)+나누기(telling)의 합성어로 이루어진 말로 '사건이나 사실에 대한 의사소통'이 아니라 '개인적이고 주관적인 의미에 대한 이야기 나누기'이다. 즉 사건과 사물에 대한 사실 보도(report)가 아닌 인물과 사건에 대해 이야기로 지어서 말하는 것으로, 마케팅에서도 상품에 대해 이와 관련한 인물이나 배경 등을 설명하는 기법이다.

# 네티즌과 소통하는 시정홍보

## □ 사업개요

- 주요 시책 및 행사 등을 인터넷에 게시, 신속·정확한 시정 홍보
- 주요 포털사이트에 배너 광고 및 블로그 운영으로 홍보 방법의 다양화
- 시정뉴스 등 홍보 영상물을 활용, 대내외적 시정홍보 실시

## □ 추진실적

### 【인터넷을 활용한 홍보】

- 배너 광고
  - 인지도 높은 포털사이트 「네이버」 과 「다음」 에 PiFan 등 4대 국제행사  
홍보 축제 2 ~ 3주 전부터 배너 광고 게재

축 제 명	사이트명	게 재 면	광 고 기 간
부천국제판타스틱영화제	네이버	초기화면, 영화섹션	6. 29 ~ 7. 19
부천무형문화엑스포	다 음	뉴스섹션	8. 31 ~ 9. 4
부천국제만화축제	“	초기화면, 뉴스섹션	9. 14 ~ 9. 27
부천국제학생애니메이션페스티벌	“	초기화면, 만화섹션	11. 2 ~ 11. 15

☞ 배너광고 클릭시 해당 축제 홈페이지로 이동, 축제참여 유도

- 부천시 블로그, 미니홈피 운영

사이트명	분류	유 형	2009년 게시물 등록건수	2009년 방문자수	비고
디스토리 (blg.bucheon.go.kr)		블로그	232건	53,214	
이글루스 (bccity.egloos.com)		블로그	249건	24,723	
싸이월드 (www.cyworld.com/bccity)		미니홈피	143건	2,617	문화행사 위주 홍보

- 메뉴 : 부천뉴스, 공연·행사·전시·교육, 5대축제, 부천필 등
- 블로그에 등록된 내용은 포털사이트 검색시에도 확인 가능
- 「웹진」 운영([www.bucheon.go.kr/webzine](http://www.bucheon.go.kr/webzine)) : 총 716건
  - 1일 단위 기사 업데이트로 신속·정확한 시정정보 제공
  - 주요 시정소식을 현장감 넘치는 사진과 함께 게시
  - 5개 카테고리, 27개 메뉴 운영
- 「판타지아방송국」 운영([btv.bucheon.go.kr](http://btv.bucheon.go.kr)) : 총 414건
  - 주요 시정 및 공지사항 등을 뉴스로 제작, 시 홈페이지에 게재
  - 주 1회 10건 내외의 동영상 제작·등록

### 【영상물을 활용한 홍보】

- 홍보내용

구분	제작기	분량	홍보내용	홍보방법
시 홍보영상물	1~2년	5분	시정 소개	시 방문 내·외국인, 외국 방문시 홍보
복사골시정뉴스	주1회	15분	주간 주요시책, 행사, 축제 및 취업정보 등	cj Hello TV방송(1일 2회) 북부유선방송(1일 1회)
주요시정 홍보	월1회	10분	당월 주요 시정	월례조회 시 방영
시 이미지 CF	격년	30초	판타지아 부천	케이블TV, 인터넷방송국, 뉴스비전

### □ 추진성과

- 생동감 있는 영상물과 실시간 시정정보 제공으로 홍보효과 제고
- 국제행사에 대한 국내·외 홍보로 우리 시 이미지 향상 및 브랜드 가치 제고

# 시민에게 사랑받는 홍보 간행물 발간

## □ 사업개요

- 읽을거리, 볼거리, 자랑거리 중심의 홍보효과 극대화
- 계층·대상·목적별 맞춤형 간행물 제작, 활용

## □ 추진실적

- 정기간행물 적시 발행 및 맞춤형 홍보간행물 제작·활용
  - 복사골부천(시정소식지) : 월 1회/100,000부(회당), 시정소식, 공지사항 등
  - 문화소식 포스터 : 2회/2,000부(회당), 문화관련 행사 홍보
  - 중학생용 지역학습교재 : 15,000부, 33개 중학교 배포활용
  - 한 권으로 만나는 문화도시 부천 : 12,000부, 문화도시부천 홍보
- 시정소식지 복사골부천 배부확대 및 점검강화
  - 전용 배부대 설치관리
    - 시·구·동 및 유관기관 등 90개소 시범운영
  - 배부확대 및 점검강화
    - 홍보사각지대, 구도심 주택가 배부확대(기존 6,000세대 → 10,000세대)
    - 다중집합장소, 전철역, 학교, 아파트단지 배부상태 정기점검
    - 공보실 직원, 주부명예기자 활용 배부상황 모니터

## □ 추진성과

- 홍보타깃별 맞춤형 간행물 제작으로 시민 눈높이 홍보 실현
- 시정홍보물 대 시민 접근 편의성 확대로 홍보수요 충족

# 옥외 광고물 활용 홍보

## □ 사업개요

- 고정홍보시설물을 이용한 시각적 홍보 강화
- 전광판을 활용한 국제 행사등 주요행사 실시간 홍보
- 다중이용시설 및 택시를 활용한 시정 홍보

## □ 추진실적

- 고정 옥외광고 시설물 및 전광판을 활용한 홍보
  - 옥외 광고시설물 : 75개소
  - 전 광 판 : 154개소
    - 홍보내용 : 각종행사 등 시정소식 실시간 홍보
- 버스 정류장 쉼터 및 택시활용 홍보
  - 버스정류장 쉼터 : 10개소(20면)
  - 택시 외부양면 : 100대(200면)
    - 홍보내용 : 판타지아 부천, 및 문화예술·경제도시, 이미지 홍보
- 문화소식 포스터 활용 홍보 : 년 48,000부(1회 2,000부)
  - 제작 및 우편발송 : 매월 1, 16일
  - 부착장소 : 기업체, 음식점, 약국, 은행, 유통업체, 학교, 전철역
  - 각종 문화예술행사 중점 홍보

## □ 향후계획

- 옥외홍보 시설물을 활용한 홍보타깃별, 맞춤형 시정홍보
- 타 기관 전광판 홍보확대

## □ 추진성과

- 시정정보의 실시간 제공으로 홍보효과 극대화
- 기업체, 학교, 유관기관, 전철역 등 다중집합 시설에 대한 협력홍보 강화

# 네트워크를 통한 협력 홍보

## □ 사업개요

- 사보, 학보 등 타 기관 매체를 활용한 시정 홍보로 시정참여 확대
- 인근 시·구 상호간에 주요 시정소식 및 문화행사 등 홍보 교류

## □ 추진실적

- G2B 홍보네트워크를 통한 협력 홍보 : 108건
  - 회원사 확대운영 : 23개사 → 29개사
  - 방 법 : 시와 네트워크 회원사간 상호 홍보자료(간행물 등)교환
  - 내 용 : 부천국제판타스틱영화제, 문화행사, 시정현안사항 등
- 문화예술행사 타·시·군 상호(Win - Win)교체 홍보
  - 대 상 : 33개 기관(홈페이지 6개 기관, 전광판 27개 기관)
  - 방 법 : 우리시 인근 시·군·구의 주요 행사에 대하여 홈페이지 및 전광판을 활용, 상호교환 홍보
  - 홍보실적

구 분	내 용	전 광 판		홈 페이지	
		시군수	의뢰건수	시군수	의뢰건수
우리시→타시군	국제판타스틱영화제 등	6	6	6	6
타시군→우리시	정보검색대회	7	13	1	1

## □ 추진성과

- 기업체, 대학, 유관기관 등 홍보 사각지대 해소
- 인근 시·구간 문화행사 상호(Win - Win)홍보 활성화

2) G2B (Government to Business) : 정부와 기업과의 온라인상 비영리적인 상호작용

- 네트워크 대상 : 부천상공회의소 등 29개사(유관기관 19, 대학 4, 병원 4, 기업체 2,)
- 네트워크 구성원 : 학보 편집장 및 기업체, 병원, 공공기관 홍보부서장