

1. Muzeja darbības stratēģija 2016. – 2021.gadam

1.1. Informatīvā daļa

1.1.1. Muzeja darbības pilnvarojums

Cēsu Vēstures un mākslas muzejs ir pašvaldības aģentūras „Cēsu Kultūras un Tūrisma centrs” nodaļa. Pašvaldības aģentūra „Cēsu Kultūras un Tūrisma centrs” ir izveidota 2010.gada 1. aprīlī, pievienojot Cēsu pašvaldības aģentūrai „Vidzemes Vēstures un tūrisma centrs” jaunu nodaļu „Cēsu Kultūras centrs”. Pēc „Cēsu Kultūras centra” pievienošanas paliek spēkā Cēsu novada domes pilnvarojums aģentūrai (16.01.2004.) par Cēsu Vēstures un mākslas muzeja darbību – nodrošināt Cēsu Vēstures un mākslas muzeja krājuma saglabāšanas, izpētes, izmantošanas un muzeja pakalpojumu darbu.

Cēsu Vēstures un mākslas muzejs nav juridiska persona.

Normatīvie akti, uz kuru bāzes darbojas Cēsu Vēstures un mākslas muzejs:

- Muzeju likums;
- Ministru kabineta noteikumi 2006. g. 21. novembrī Nr. 956 „Noteikumi par Nacionālo muzeju krājumu”;
- Publisko aģentūru likums;
- Pašvaldības aģentūras „Cēsu Kultūras un Tūrisma centrs” nolikums;
- Cēsu Vēstures un mākslas muzeja nolikums (apstiprināts ar Cēsu pašvaldības aģentūras „Vidzemes Vēstures un Tūrisma centrs” padomes 2004. g. 14. jūlija lēmumu, protokola Nr. 7, punkts Nr.1; pēdējie grozījumi 2016. g. 22. aprīlī);
- Noteikumi par Cēsu Vēstures un mākslas muzeja krājumu (pēdējos grozījumus pēc to akceptēšanas Cēsu Vēstures un mākslas muzeja padomē apstiprinājis pašvaldības aģentūras „Cēsu Kultūras un Tūrisma centrs” direktors 2016.gada 22. aprīlī);
- Cēsu novada domes saistošie noteikumi Nr.39 Cēsu novada domes saistošie noteikumi Nr. 39/2010 „pašvaldības aģentūras „Cēsu Kultūras un Tūrisma centrs” maksas pakalpojumi”.

1.1.2. Muzeja misijas definējums

Veicināt sabiedrības interesi un izpratni par Cēsīm un Vidzemi, kā Latvijai svarīgu reģionālu kultūrvēsturisku centru pagātnē un tagadnē, savā darbā balstoties uz muzeja krājumu, tā izpēti un unikālo iespēju eksponēt un izmantot valsts nozīmes Kultūras pieminekli Cēsu Pils kompleksu, lai uzturētu lepnuma un patriotisma jūtas vietējos iedzīvotājos, īpaši skolu jaunatnē un attīstītu kultūrtūrisma iespējas Vidzemē.

1.1.3. Muzeja darbības vides izvērtējums

Cēsu Vēstures un mākslas muzejs atrodas vienā no skaistākajām Vidzemes un Latvijas pilsētām, kas ikģadu piesaista lielu iekšzemes un ārzemju tūristu interesi. Cēsis atrodas ģeogrāfiski izdevīgā vietā – Vidzemes centrā, 90 km attālumā no Rīgas. Šodien tas ir veicinošs faktors tam, lai ceļotāji un vēstures interesenti izvēlētos apmeklētu pilsētu, bet pagātnē tas noteica Cēsu īpašo vietu un lomu Vidzemes un visas Latvijas vēsturē.

Pēdējos gados Cēsu novada pašvaldība īpašu vērību veltījusi Cēsu pilsētas infrastruktūras sakārtošanai. Pilsēta kļūst aizvien sakoptāka un pievilcīgāka atpūtai un interesantai brīvā laika pavadīšanai. To apstiprina arī pieaugušais muzeja apmeklētāju skaits Cēsu Vēstures un mākslas muzejā – no 68823 apmeklētājiem 2010.gadā līdz 97892 apmeklētājiem 2015.gadā. Arī Turaidas muzejrezervāta un Āraišu ezerpils tuvums kopumā pozitīvi ietekmē tūristu plūsmu Cēsu virzienā. Spēcīgo konkurentu klātbūtne ir arī stimulējošs faktors muzeja attīstībai.

Viens no muzeja objektiem arhitektoniski interesantā un vēsturiski nozīmīgā Cēsu viduslaiku pils pati par sevi ir kultūrtūristu interešu piesaistes objekts un labvēlīgi ietekmē arī apmeklētāju plūsmas virzību uz muzeja vēstures ekspozīcijām un izstādēm.

Cēsu Vēstures un mākslas muzejs atrodas Cēsu viduslaiku pils un pilsmuižas kompleksā, ko visu kopumā apzīmē kā Cēsu Pils kompleksu, kas ir valsts nozīmes arhitektūras un vēstures piemineklis. Cēsu pils komplekss ir Cēsu novada pašvaldības īpašums un nodots p/a „Cēsu Kultūras un Tūrisma centrs” pārvaldījumā. Pašvaldība un valsts tikai ar savu finansējumu nevar nodrošināt pieminekļa uzturēšanu un saglabāšanu. Tādēļ liela nozīme ir aģentūras darba organizēšanai, lai piesaistītu līdzekļus projektu veidā no ES fondiem. Šādu projektu ietvaros patlaban notiek viduslaiku pils mūru nostiprināšanā, lai saglabātu pils vēsturiskās konstrukcijas un pils teritorija kļūtu droša apmeklētājiem, rietumu un dienvidu torņu restaurācijas un rekonstrukcijas darbi.

1.1.4. Muzeja darbības spēju izvērtējums

Cēsu Vēstures un mākslas muzeja SVID analīze

Stiprās puses	Vājās puses
<p>Bagāts muzeja krājums; Iespēja veidot ekspozīciju un izstādes izmantojot muzeja krājumu; Krājuma priekšmetu interpretācijas iespējas; Pieredzējuši speciālisti; Muzeja darbinieku pašatdeve, gatavība veikt izmaiņas darba uzlabošanā; Atpazīstamība Cēsīs un Latvijā; Esošās iestrādes; Ilggadīgas tradīcijas mākslas un mūzikas interesentu piesaistē; Muzeja atrašanās vieta – vēsturiski nozīmīgs objekts Muzeja rīkoto pasākumu dažādība;</p> <p>Pētīts muzeja auditorijas sastāvs; Sadarbība ar vietējo auditoriju; Veiksmīga sabiedrības – krājuma; priekšmetu aizbildņu iesaiste muzeja darbā; Spēja piesaistīt pašvaldības atbalstu muzeja attīstībā; Laba sadarbība ar pagastu pašvaldībām; Restaurēta muzeja ēka Cēsu Jaunā pils. Nodrošināts serviss apmeklētājiem (tualetes, lifts, pieejamība cilvēkiem ar kustību traucējumiem);</p>	<p>Nepietiekami garantēta krājuma drošība (krāsns apkure krājuma ēkā); Nepiemērotas krājuma telpas lielizmēra etnogrāfisko priekšmetu glabāšanai (nav apkures; nav iespējams uzturēt nepieciešamo mikroklimatu); Apmeklētāju pieplūdamam atbilstošas autostāvvietas trūkums muzeja tuvumā;</p> <p>Neliels speciālistu skaits muzeja pamatdarbības funkciju nodrošināšanai; Nepietiekams jauno speciālistu skaits Muzeja zinātnisko darbinieku darbavietu attālums no muzeja galvenās ēkas Cēsu Jaunās pils, kur dodas muzeja apmeklētāji, vēstures pētnieki un interesenti.</p>
Iespējas	Draudi

<p>Izstāžu apmaiņa ar citiem muzejiem Atraktīvu programmu veidošana uz ekspozīciju un izstāžu bāzes jaunu mērķauditoriju apmeklētājiem;</p> <p>Veidot muzeju (Cēsu jauno) pili kā vietējas un valsts nozīmes reprezentācijas vietu; Veidot muzeju (Cēsu jauno pili), kā konferenču un semināru norises vietu</p> <p>Iespējas attīstīt sadarbību ar pagastu pašvaldībām Iespējas attīstīt sadarbību ar pilsētas un novadu skolām</p> <p>Veicot restaurācijas un konservācijas darbus viduslaiku pilī, piesaistīt lielāku apmeklētāju skaitu</p> <p>Finansu līdzekļu piesaiste kā PA CKTC struktūrvienībai</p> <ul style="list-style-type: none">• ES fondi <p>Starptautiskā sadarbība Iekļauties starptautiskos tūrisma maršrutos</p> <p>NMK elektroniskā kopkataloga radītās muzeja priekšmetu digitalizācijas iespējas</p> <p>Veicinot tālākizglītību, paaugstināt darba kvalitāti Konkurentu attīstība, kā darba kvalitāti paaugstinošs faktors.</p>	<p>Bagāts kultūras piedāvājums, Muzeja darba izpratnes vienkāršošana no ārienes. Nepietiekams valsts finansējums kultūrai, muzejiem.</p>
--	--

Secinājumi:

1. Cēsu Vēstures un mākslas muzejā ir bagāts krājums, kas dod plašas iespējas tā izmantošanai. Tajā pašā laikā neatbilstošs ir glabātuvju stāvoklis. Vienā no krājuma glabātuvēm (glabājas lietiskie priekšmeti) nav regulējams mikroklimats. Nav pietiekami garantēta krājuma drošība (krājuma glabātava atrodas ēkā ar krāsns apkuri). Krājuma glabātava ar muzeja speciālistu darba kabinetiem atrodas 1,5 km attālumā no galvenās muzeja galvenās ēkas Cēsu Jaunās pils. Tādēļ viens no muzeja svarīgākajiem tuvākajiem uzdevumiem ir jaunas krājuma glabātuvju ēkas celtniecība tam atvēlētajā apbūves gabalā Pils ielā 1, kas atrodas līdzās pilsmuižas kompleksam. Ar ēkas celtniecības realizāciju vienlaicīgi iecerēts izveidot krājuma priekšmetu restaurācijas- konservācijas centru, kas darbotos kā Vidzemes reģiona restaurācijas centrs. Līdz šim ir izstrādāts glabātavu tehniskais projekts (2008.g.), ir veikta zemes gabala grunts ģeoloģiskā izpēte, veikta daļēja arheoloģiskā izpēte, pievilktas komunikācijas, noslēgtas vienošanās ar kaimiņu zemes gabalu īpašniekiem, iegūts nepieciešamais zemes gabals no blakusesošās Sv. Jāņa baznīcas īpašumiem. Patlaban tiek gaidīta iespēja krājuma glabātuvju celtniecību iestrādāt kādā no projektiem uz ES finansējuma piesaisti.

2. Cēsu Vēstures un mākslas muzejs atrodas Valsts nozīmes kultūras pieminekļi Cēsu jaunajā pilī. Ēkā 2011.gada septembrī beidzās restaurācijas rekonstrukcijas darbi, kuru rezultātā atjaunoja vēsturiskās pils interjeru apdares, izveidoja ar sinhronās tulkošanas iespējām aprīkotas konferenču un semināru telpas, palielināja izstāžu telpu platības. Ēkā izveidota vēstures ekspozīcija „Cēsis – Latvijas vēstures simbols”.

3. Cēsu Vēstures un mākslas muzejā ir neliels speciālistu skaits, kas daļēji kompensējas sadarbībā ar pārējām aģentūras nodaļām. Tomēr būtu vēlama tieši muzeja nodaļas speciālistu skaita palielināšanās. Periodā no 2011. – 2016. gadam muzejā ir izveidotas 3 štata vienības – viduslaiku pils speciālists, viduslaiku pils programmu koordinators un muzeja vadītāja. Līdz šim muzeja vadītāja štata vienība bija apvienota ar galvenā krājuma glabātāja štata vienību. Plānošanas periodā 2016.- 2021.gadam plānots izveidot mūžizglītības programmu koordinators štata vienību, kas ļautu ieviest jaunu muzeja produktu – mūžizglītības programmas. Mūžizglītības koordinators pārziņā būtu arī pasākumu organizēšana (koordinēšana) un daļējā pārraudzībā mārketinga aktivitātes – informācijas ievietošana, atjaunošana sociālajos tīklos un mājas lapā (muzeja tēla veidošana interneta vidē).

Iespējamā muzeja nodaļas štata palielināšana būtu daļējs apliecinājums tam, ka pozitīvi virzās „Ārējos draudos” norādītā vienkāršotā izpratne par muzeja darbu. Šodien tā vēl uzskatāma par problēmu, ar kuru nākas saskarties. Muzeja speciālisti to risina, skaidrojot un pamatojot, un cerot, ka labākais arguments ir mūsu padarītā darba rezultāti.

4. Cēsu Vēstures un mākslas muzejā strādā pieredzējuši speciālisti, motivēti darbam un pārmaiņām. Cēsu pilsētas sabiedrība un vadība izrāda patiesu ieinteresētību muzeja turpmākajā izaugsmē un attīstībā. Vājākais punkts – nepietiekamais finansējums, kas ir par iemeslu jaunu krājuma

glabātuvju celtniecības kavēšanai, kā arī nepietiekošajam speciālistu skaitam muzejā. Cēsu novada pašvaldības budžets ir saspringts un nevar nodrošināt Cēsu muzeja kardinālai izaugsmei nepieciešamos finansu apjomus. Tajā pašā laikā pašvaldība veicina muzeja iesaistīšanu dažādos projektos, gan no pašvaldības iesniegtajos, gan atbalstot ar līdzfinansējumu no „Cēsu Kultūras un Tūrisma centra” iesniegtos projektus dažādos valsts un ES fondos.

Cēsu Vēstures un mākslas muzeja iekļaušana p/a „Cēsu Kultūras un tūrisma centrs” sastāvā pozitīvi ietekmē muzeja attīstību. Ir radīti nepieciešamie priekšnosacījumi sekmīgai muzeja turpmākajai darbībai aģentūras sastāvā.

1.2. Cēsu vēstures un mākslas muzeja stratēģiskie mērķi un uzdevumi 2016.-2021.g.

Cēsu Vēstures un mākslas muzejs ir pašvaldības aģentūras „Cēsu Kultūras un Tūrisma centrs” nodaļa. Muzeja stratēģiskie mērķi un uzdevumi 2016. – 2021. gadu periodam ir izvirzīti atbilstoši Cēsu novada attīstības programmai 2013. – 2019. gadam un Cēsu novada kultūras attīstības programmai 2015. – 2019. gadam un aģentūras „Cēsu Kultūras un tūrisma centrs” stratēģijai 2016. – 2019. gadam.

Cēsu pilsētas Kultūras stratēģijas rīcības virzieni un mērķi :

<i>Kultūras mantojums un tradīcijas -</i>	apzināt un saglabāt Cēsu kultūrvēsturiskās vērtības, veicinot to iekļaušanu mūsdienīgā aprītē,
<i>Kultūras infrastruktūra -</i>	atjaunot kultūras infrastruktūru un nodrošināt tās efektīvu, mūsdienīgu un racionālu izmantošanu,
<i>Cilvēkresursi -</i>	radoši un izglītoti kultūras jomas darbinieki, mākslinieki un kultūras speciālisti,
<i>Kultūras uzņēmējdarbība -</i>	palielināt kultūras nozares ieguldījumu Cēsu ekonomiskajā izaugsmē, attīstīt kultūras tūrisma un radošo industriju,
<i>Kultūras piedāvājums -</i>	veidot daudzveidīgu, plašu un atraktīvu kultūras pakalpojumu klāstu Cēsīs,
<i>Kultūras līdzdalība -</i>	nodrošināt iedzīvotājiem kultūras līdzdalības iespējas, <i>kultūras izglītība</i> - nodrošināt Cēsu iedzīvotājiem iespējas gūt kultūras izglītību mūža garumā,
<i>Kultūras pārvaldība -</i>	organizēt efektīvu, uz klientu un uz mērķi orientētu kultūrpārvaldību Cēsīs,

Pašvaldības aģentūras „Cēsu Kultūras un Tūrisma centrs” stratēģijas virzieni un mērķi:

1. Saglabāt, pētīt un popularizēt kultūrvēsturisko mantojumu.
2. Attīstīt tūrismu Cēsu novadā.
3. Nodrošināt kultūras piedāvājumu novada iedzīvotājiem un viesiem.

Cēsu Vēstures un mākslas muzeja stratēģiskie mērķi un uzdevumi

- 1. Stratēģiskais mērķis. Veidot Cēsu muzeju kā sabiedrību izglītojošu, kvalitatīva brīvā laika pavadīšanas centru, balstoties uz Cēsu novada bagāto kultūrvēsturisko mantojumu.**

KOMUNIKĀCIJAS POLITIKA

Uzdevumi

- 1.1.** Veidot muzeju kā atpazīstamu mūžizglītības centru, draudzīgu ģimenēm ar bērniem, organizējot pasākumus un neformālās izglītības programmas dažādām sabiedrības grupām.
- 1.2.** Nodrošināt muzeja ekspozīciju plašu publisku pieejamību, lai sniegtu sabiedrībai zināšanas, rosinātu izziņu un veidotu izpratni par Cēsu vēsturi un tā lomu Latvijas vēsturē.
- 1.3.** Veikt pētniecībā balstītu izstāžu un ekspozīciju darbu, popularizējot vēstures mantojumu kā izziņas avotu.
- 1.4.** Nodrošināt regulāru izglītojošā darba programmu un aktivitāšu pieejamību visām muzeja mērķauditorijām, balstoties uz kvalitatīvu ekspozīciju un daudzpusīgu izstāžu darbu, ievērojot pilsētas un novada skolu vajadzības, un muzeja apmeklētāju vidū dominējošo sabiedrisko grupu intereses.
- 1.5.** Nodrošināt daudzveidīgu profesionālās mākslas un mūzikas piedāvājumu, popularizēt novada, latviešu un ārzemju mākslinieku radošo devumu Latvijas un Cēsu pilsētas kultūras dzīvē. Iesaistīt Cēsu mākslas dzīves organizēšanā novada māksliniekus.
- 1.6.** Krājuma izmantošanas iespēju popularizēšana: piesaistīt māksliniekus, dizainerus u.c. radošo industriju pārstāvjus, rosināt iedvesmoties no krājuma materiāliem. Sadarbības veidošana ar radošo industriju pārstāvjiem priekšmetu zinātniskajā izpētē.

2. **Stratēģiskais mērķis. Nodrošināt Cēsu novada kultūrvēsturi raksturojošo materiālo un nemateriālo kultūras liecību saglabāšanu un izpēti, lai stiprinātu nacionālo identitāti un veidotu Cēsu – Latvijas vēstures simbola, tēlu sabiedrībā.**

PĒTNIECĪBAS DARBA POLITIKA

Uzdevumi

- 2.1. Pētīt un publiskot pētījumu rezultātus par Cēsu pilsētas un novada kultūrvēsturisko mantojumu.
- 2.2. Veidot mērķtiecīgu materiālās un garīgās kultūras priekšmetu krājumu, vākt ar to saistīto informāciju par Cēsu pilsētas un novada kultūrvēsturisko mantojumu.
- 2.3. Nodrošināt Cēsu pils kompleksa kultūrvēsturisko vērtību saglabāšanu nākamajām paaudzēm un pieejamību mūsdienās.

3. **Stratēģiskais mērķis. Lai veidotu sabiedrības izpratni par Nacionālā krājuma unikalitāti vēsturiskās atmiņas saglabāšanā, nodrošināt mērķtiecīgu krājuma uzskaiti un pieejamību pētniecībai, nodrošināt piemērotus apstākļus Krājuma glabāšanai un tā izmantošanai darbā ar sabiedrību.**

KRĀJUMA POLITIKA

Uzdevumi

- 3.1. Cēsu muzeja krājums – izziņas un radošuma avots.
- 3.2. Nodrošināt krājuma uzskaiti, izmantojot krājuma digitalizācijas dotās iespējas.
- 3.3. Nodrošinot krājuma glabāšanas noteikumiem atbilstošus apstākļus, ar modernām iekārtām aprīkotas krātuves un atklātā krājuma glabātavas, tādējādi veicinot krājuma un ar to saistītās informācijas saglabāšanu nākamajām paaudzēm un pieejamību mūsdienās.

4. **Stratēģiskais mērķis. Izveidot Cēsu Vēstures un mākslas muzeju kā sabiedriskajos mēdijos un interneta vidē pieejamu, plaši atpazīstamu kultūrvēsturisku izglītojošu centru un tūrisma objektu, tādējādi nodrošinot muzejā uzkrāto vērtību pieejamību komunikācijā ar sabiedrību.**

KOMUNIKĀCIJAS POLITIKA

Uzdevumi

- 4.1. Aktualizēt un pilnveidot muzeja mārketinga politiku;

4.2. Publiskot Pētnieciskā un izglītojošā darba rezultātu interneta vidē

4.3. Regulāri veikt sabiedrības viedokļa un interešu izpēti, izmantojot dažādas metodes šī uzdevuma izpildē

Sagaidāmie darbības rezultāti

Sekmīga izvirzīto mērķu realizācija nodrošinās aktīvāku komunikāciju ar sabiedrību, muzeja kā atvērta sabiedrībai tēla veidošanu, estētiski augstvērtīgu vidi un, mūsdienīgu muzeja prasībām atbilstošu infrastruktūru apmeklētājiem, uzlabos apmeklētājiem pieejamo muzeja produktu (eksponāciju, izstāžu, muzejpedagoģisko programmu u.c.) kvalitāti un dažādību, tā paaugstinot apmeklētāju apmierinātības pakāpi, kas būs veicinošs faktors apmeklētāju skaita pieaugumam. Tiks realizēta krājuma glabāšanas un drošības mūsdienīga nodrošināšana un tā pieejamības iespēju dažādošana. Bāze augšminēto mērķu realizēšanā ir rekonstruētā muzeja ēka, atklātā krājuma pārceļšana uz jaunām telpām ar sakārtotu infrastruktūru, jaunu muzeja glabātavu būvniecība, Vidzemes reģiona restaurācijas centra izveide u.c.

Kvantitatīvie rādītāji

N. p.k.	Krājuma darbs		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1.	Pārskata periodā komplektēto un inventarizēto krājuma vienību skaits	A	1113	1200	1500	1500	1500	1500	1500
		B					+ 2000	+ 2000	+ 2000
2.	Konservēto un restaurēto priekšmetu skaits	A	129	130	130	130	130	130	130
		B						+200	+200
3.		A	8188	8000	8000	8000	8000	8000	8000

	Izmantoto krājuma vienību skaits	B			+200	+200	+200	+200	+200
4.	Kopkatalogā ievadīto vienību skaits	A	20944 uz 31.12.15	1335	2000	2000	2000	2000	2000
		B		-	+1000	+1000	+1000	+1000	+1000
5.	Deponēto krājuma vienību skaits	A	685	700	700	700	700	700	700
		B							
	Pētniecības darbs		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1.	Priekšmetu skaits, kuriem veikta zinātniskā inventarizācija	A	11	25	25	25	50	50	50
		B		-	-	-	-	-	-
2.	Publicēto monogrāfiju / katalogu skaits	A	4	5	3	3	3	3	3
		B				1	1	1	1
	Ekspozīciju darbs		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1.	Pastāvīgo ekspozīciju skaits	A	1	1	1	1	1	1	1
		B							
2.	Izstāžu skaits muzejā	A	22	25	20	20	20	20	20
		B			+1				
3.		A	4	4	6	6	6	6	6

	Izstāžu skaits ārpus muzeja	B					+3	+3	+3
	Darbs ar apmeklētājiem		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1.	Apmeklētāju skaits	A	97 892	10000 0	10700 0	11000 0	11500 0	12000 0	12500 0
		B							
2.	Novadīto ekskursiju skaits	A	546	500	500	500	500	500	500
		B							300
3.	Muzejpedagoģisko programmu skaits <i>(Pašu programmu (nosaukumu), nevis novadīto nodarbību skaits)</i>	A	13	13	15	20	20	20	20
		B				+4	+4		
4.	Aptaujāto apmeklētāju skaits	A	200	250	300	350	400	450	500
		B			+1000				200
5.		A	2616	2610	2610	2610	2610	2610	2610

	Ekspozīcijas atvērtas apmeklētājiem – stundu skaits gadā (<i>Saskaņā ar apmeklētājiem norādīto muzeja darba laiku</i>)	B							
6.	Muzejs pieejams ārpus regulārā darba laika (sestdienas, svētdienas, svētku dienas un darbdienās pēc plkst. 17.00) – stundu skaits gadā (<i>Regulārais darba laiks – darbdienās no 10 – 17</i>)	A	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125
		B							
	Finansējuma piesaiste		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1.	Iesniegto projektu skaits	A	7	10	10	10	10	8	8

Kvalitatīvie rādītāji

- Izveidots kvalitatīvs muzeja pieejamības nodrošinājums;
- Paplašinātas muzeja piedāvājuma iespējas;
- Paplašināts muzeja piesaistīto mērķauditoriju loks;
- Izveidota sakārtota un pievilcīga vide muzeja pamatfunkciju īstenošanai;
- Radīti priekšnoteikumi efektīvai un kvalitatīvai krājuma saglabāšanai;
- Nodrošināta daudzpusīgāka un kvalitatīvāka krājuma pieejamība;
- Palielinātas krājuma izmantošanas iespējas;

PROGRAMMU DAĻA

1. **Stratēģiskais mērķis : Veidot Cēsu muzeju kā sabiedrību izglītojošu kvalitatīva brīvā laika pavadīšanas centru, balstoties uz Cēsu novada bagāto kultūrvēsturisko mantojumu. (KOMUNIKĀCIJU POLITIKA)**

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts - galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
1.1.Veidot muzeju kā atpazīstamu mūžizglītības centru, draudzīgu ģimenēm ar bērniem, organizējot	Ieviests jauns muzeja produkts – mūžizglītības programmas. Mūžizglītības programmas aptver plašu piedāvāto tēmu loku:	Kvalitatīva sabiedrības brīvā laika pavadīšanas alternatīva.	Izstrādāto mūžizglītības programmu skaits 1 – 2 jaunas programmas gadā. 5 gadu ciklā izveidojot vismaz 8 dažādu	Jauna štata vietas izveide – mūžizglītības programmu koordinators.	2016.- 2021.	A – CVMM budžets (Cēsu Vēstures un mākslas muzejs) B – CKTC (p/a „Cēsu Kultūras un Tūrisma

<p>pasākumus un neformālās izglītības programmas dažādām sabiedrības grupām.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dzimtas vēstures pētniecība (iespēja izveidot ģimenes ciltskoku); 2. Tradicionālā kultūra un folklorā (Gadskārtu ieražu svētki, latviešu spēka zīmes u.c.); 3. Mākslas un kultūras vēsture; 4. u.c. 	<p>Radīta bāze muzeja mērķauditorijas loka paplašināšanai</p> <p>Muzeja apmeklēšanai ieinteresēta jauna sabiedrības auditorijas daļa</p> <p>Izveidota saikne starp muzeju un sabiedrību koncentrējoties uz ģimenēm un vietējo iedzīvotāju, tādejādi padarot muzeju par nozīmīgu izglītošanās centru.</p>	<p>mūzizglītības programmu piedāvājumu.</p> <p>Jauna štata vieta – mūzizglītības programmu koordinators.</p> <p>Novadīto mūzizglītības programmu skaits 36 gadā (pakāpeniski pēc programmu ieviešanas skaitu palielinot)</p>	<p>Izstrādāt un darbības laikā pilnveidot pētniecībā balstītas mūzizglītības programmas (piedāvājuma popularizēšanā iesaistīt Aģentūras pārdošanas speciālistu un Tūrisma attīstības un informācijas centru).</p>		<p>centrs”) budžets, VKKF</p>
	<p>Aktualizēt izglītojoši izklaidējošās programmas un līdzdarboties jaunu programmu izveidē:</p> <p>1. Pieņemšana pie Livonijas ordeņa</p>	<p>Kvalitatīva sabiedrības brīvā laika pavadīšanas alternatīva.</p> <p>Radīta bāze muzeja mērķauditorijas loka paplašināšanai</p>	<p>Novadīto izglītojoši izklaidējošo programmu skaits līdz 50 gadā, ar tendenci pieaugt. (2015.g. – 47)</p>	<p>Pilnveidot un izstrādāt jaunas izglītojoši izklaidējošās programmas, vadīt tās (sadarbībā ar aģentūras nodaļu</p>	<p>2016.-2021.</p>	<p>A</p> <p>B – “Hanzas vērtības ilgtspējīgai sadarbībai” projekts (ES fonds), Vidzemes Tūrisma</p>

	<p>mestra Voltera fon Pletenberga; 2. Kas dzīvoja Cēsu pili; 3. Viduslaiku spēles; 4. Pils stāsti 5. Viduslaiku mielasts; 6. Ziemassvētki Cēsu Jaunajā pili; u.c.</p>	<p>Rosināta apmeklētāju interese par muzeju un Pils kompleksu.</p>	<p>Kopējais programmu apmeklētāju skaits līdz 2400 gadā</p>	<p>Tūrisma attīstības un informācijas centrs)</p>		<p>asociācijas projektu konkurss</p>
	<p>Izveidoti populārzinātniski lekciju cikli par nozīmīgām Cēsu vēstures un Latvijas vēstures tēmām.</p> <p><u>Lekciju tēmas</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Senvēstures pētniecība: arheoloģija un arheologi. 2. Kā dzīvoja senie latgaļi un lībieši? 3. Cēsu pilsmuiža un grāfu Zīversu dzimta. 	<p>Rosināta klausītāju interese par Cēsu novada vēsturi</p> <p>Padziļinātas interesentu zināšanas Cēsu novada, Vidzemes reģiona un Latvijas vēsturē.</p> <p>Padziļinātas interesentu zināšanas mākslas vēsturē.</p>	<p>Nolasīto lekciju skaits līdz 10 gadā.</p> <p>Lekciju cikls 1 reizi mēnesī no oktobra līdz maijam.</p>	<p>Lasīt lekcijas muzejā uz ekspozīciju un izstāžu bāzes. Sagatavot jaunas lekcijas</p> <p>Lekcijas lasa gan pieaicināti vieslektori, gan muzeja speciālisti.</p> <p>Finansējuma piesaiste lekciju ciklu nodrošināšanai.</p>	<p>2016.-2021.</p> <p>2016.-2021.</p>	<p>A</p> <p>B– VKKF, CKTC budžets</p>

	<p>4. Grāfu Zīversu dzimtas heraldika un ģeneoloģija;</p> <p>5. Latvijas nacionālā simbolika. Sarkan-balt-sarkanais karogs Latvijas un Cēsu vēsturē.</p> <p>6. Cēsu kaujas Latvijas Brīvības cīņu vēsturē.</p> <p>7. U.c.</p>					
	<p>Dažādi tematiskie pasākumi muzejā.</p> <p><u>Ikgadējie tematiskie pasākumi, kurus organizē vai līdzdarbojas organizēšanā muzejs:</u></p> <p>1. Barikāžu atceres pasākumi.</p>	<p>Uzturētas un koptas patriotisma jūtas vietējās auditorijas vidū.</p> <p>Padziļinātas pasākuma apmeklētāju zināšanas un interesentu informētība par aktualitātēm</p>	<p>Novadīto ikgadējo tematisko pasākumu skaits vidēji 8 gadā.</p> <p>Palielināsies pasākumu apmeklētāju skaits +3% (2016.g.) ar tendenci pieaugt.</p>	<p>Izstrādāt tematisko pasākumu scenārijus, vadīt pasākumus;</p> <p>Sadarboties ar ieinteresētajām institūcijām pasākuma norises organizēšanā un īstenošanā.</p>	<p>2016.-2021.</p>	<p>A</p> <p>B – CKTC budžets, VKKF (LV100 mērķprogramma)</p>

	<p>2. Padomju deportācijās cietušo piemiņas diena 25. martā.</p> <p>3. Latvijas Republikas neatkarības atjaunošanas diena: Baltā galdauta svētki.</p> <p>4. Padomju deportācijās cietušo piemiņas diena. – 14.jūnijā.</p> <p>5. Cēsu kauju gadadienai veltītie pasākumi.</p> <p>6. Latvijas valsts dibināšanai veltītie pasākumi (novembris). pasākumi.</p> <p>7. Sibīrijā dzīvojošajiem latviešiem veltīts</p>	<p>attiecīgā pasākuma tēmas ietvaros.</p> <p>Uzturēti kontakti ar muzejam piesaistītajām mērķauditorijām.</p> <p>Paplašināts muzejam no jauna piesaistīto mērķauditoriju loks</p>		<p>Iesaistīt skolēnus, jauniešus pasākuma organizēšanā un norisē, tādējādi līdzdarbojoties, veidojot jauniešos izpratni par vēstures notikumiem</p> <p>Sadarboties ar masu mēdijiem pasākumu reklamēšanā</p>		
--	---	---	--	--	--	--

	<p>pasākums „Pirmās Adventes sveces aizdedzināšana” kopā ar padomju deportācijās cietušajiem cēsniekiem.</p> <p>8. U.c.</p>					
	<p><u>Nozīmīgākie kultūrizglītojošie pasākumi (2016-2021):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ikgadēji „Viduslaiku diena” Cēsu viduslaiku pilī; maijs/jūnijs (katru gadu cita tēma). 2. Vēsturisko filmu festivāls; augusts (katru gadu cita tēma). 3. Pasākumu cikls veltīts Cēsu 810 	<p>Padziļinās pasākuma apmeklētāju zināšanas un veicinās to interesi papildināt zināšanas par pasākuma tēmu;</p> <p>Uzturēs un kops kontaktus ar muzejam piesaistītajām mērķauditorijām.</p> <p>Paplašināsies muzejam no jauna</p>	<p>Novadīto tematisko kultūrizglītojošo pasākumu skaits 4-6 gadā</p> <p>Palielināsies muzeja apmeklētāju skaits + 3%.</p> <p>Palielināsies apmeklētāju skaits pasākumos (kopā) 20 000 - 25 000 (2015.g. – 19 900)</p>	<p>Izstrādāt pasākumu scenārijus, organizēt un vadīt pasākumus;</p> <p>Piesaistīt papildu finansējumu lielo pasākumu norises nodrošināšanai;</p> <p>Piesaistīt partnerus lielo pasākumu norises nodrošināšanai;</p> <p>Iesaistīt sabiedrību (brīvprātīgos,</p>	<p>2016.-2021.</p>	<p>A B – Hanzas projekts (ES), CKTC budžets</p>

	<p>gadu jubilejai (2016).</p> <p>4. Kultūras mantojuma dienas. (katru gadu)</p> <p>5. Latvijas 100 gades pasākumi (2016-2019).</p> <p>6. U.c.</p>	<p>piesaistīto mērķauditoriju loks</p>		<p>interesentus) pasākumu organizēšanā un norisē, tādējādi stiprinot saikni ar muzeju.</p> <p>Sadarboties ar masu medijiem pasākumu reklamēšanā.</p>		
	<p>Izveidot Vidzemes Tautastērpu informācijas centru</p>	<p>Kvalitatīva sabiedrības brīvā laika pavadīšanas alternatīva.</p> <p>Radīta bāze muzeja mērķauditorijas loka paplašināšanai</p> <p>Muzeja apmeklēšanai ieinteresēta jauna sabiedrības auditorijas daļa</p> <p>Izveidota saikne starp muzeju un sabiedrību</p>	<p>Regulāra lekciju darbība (1 lekcija mēnesī –</p> <p>Sniegtās konsultācijas – līdz 2 nedēļā.</p> <p>Līdz ar centra atvēršanu, palielinājies muzeja apmeklētāju skaits par 900 vienībām gadā.</p>	<p>Sadarbības veidošana ar reģiona audējiem, šuvējiem.</p> <p>Pasākumi finansējuma piesaistei.</p> <p>Izveidot lekciju ciklu (piem., kā uzšūt savu tautastērpu, mauču adīšanas meistarklases u.c.).</p> <p>Sniegt konsultācijas interesentiem, kuri interesējas par Vidzemes tautastērpiem</p>	<p>2017. – 2018.</p>	<p>A</p> <p>B – CKTC budžets, pašvaldības līdzfinansējums</p>

		koncentrējoties uz ģimenēm un vietējo iedzīvotāju, tādejādi padarot muzeju par nozīmīgu izglītošanās centru.		(vēsturi, šūšanu u.tml.) Uz Cēsu muzeja bagātās tautastērpu un tekstīliju kolekcijas bāzes veidot ekspresizstādes.		
--	--	--	--	---	--	--

1. Stratēģiskais mērķis : Veidot Cēsu muzeju kā sabiedrību izglītojošu kvalitatīva brīvā laika pavadīšanas centru, balstoties uz Cēsu novada bagāto kultūrvēsturisko mantojumu.

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
1.2. Nodrošināt muzeja ekspozīciju plašāku publisku pieejamību, lai sniegtu sabiedrībai zināšanas, rosinātu izziņu un veidotu izpratni par Cēsu vēsturi un	Audio gidu ieviešana un tekstu angļu valodā integrēšana ekspozīcijā (esošā ekspozīcija papildināta ar ievadtekstiem angļu valodā, sniedzot ieskatu katras ekspozīcijas sadaļas tematikā)	Kvalitatīvs piedāvājums svešvalodās. Ārvalstu tūristiem saprotamāka ekspozīcija. Tūroperatoriem lielāks pieprasījums muzeja ekspozīcijas apskatei.	Papildus piesaistīta ārvalstu tūristu auditorija, palielinot ārvalstu tūristu apmeklētāju īpatsvaru par 10 – 20% (gan individuālie, gan grupu apmeklējumi)	Atlasīt un izveidot ekspozīcijas tekstu konceptu iekļaušanai audiogidos. Ekspozīcijas materiālu (tekstu) tulkošana angļu, vācu un krievu valodās.	2017. – 2019.	A B – Innereg Central Baltic (ES pārrobežu projekts), CKTC budžets

<p>tā lomu Latvijas vēsturē.</p>		<p>Apmeklētājiem sniegta iespēja izvēlēties stāstījumu atbilstoši vecumam un interesēm (profesionāla vēsturnieka viedoklis, pils iedzīvotāja stāstījums bērnu auditorijai utt</p>		<p>Piesaistot profesionālus aktierus ierakstīt audio materiālu.</p> <p>Ekspozīcijas materiālu (tekstu) tulkošana igauņu un lietuviešu valodās.</p>	<p>2019.</p> <p>2020. – 2021.</p>	
	<p>Modernizēta vēstures ekspozīcija “Cēsis - Latvijas vēstures simbols”, kura atspoguļo 10 vēstures tēmas 17 pils zālēs – Cēsis Latvijas vēstures simbols.</p>	<p>Vēsturisks vēstījums sabiedrībai par Cēsīm, to nozīmi un lomu Latvijas vēsturē mākslinieciski augstvērtīgā, ar mūsdienu tehnoloģijām aprīkotā ekspozīcijā</p> <p>Ekspozīcija, izceļot vēstures notikumus, kuriem bijusi īpaša loma ne tikai Cēsu novada un Vidzemes, bet arī Latvijas un Baltijas reģiona vēsturē, attīstīs</p>	<p>Apmeklētāju skaita pieaugums Pils kompleksam līdz 100 000 vienībām 2018.g.</p> <p>Iespējamā apmeklētāju muzejā pavadītā laika palielināšanās; no 2 h vidēji 2015.g. līdz 3-4h 2018.g.</p>	<p>Papildus finansējuma piesaiste ekspozīcijas modernizācijai.</p> <p>Sadarbība ar māksliniekiem ekspozīcijas vizuālās koncepcijas modernizācijai.</p> <p>Atjaunot nolietoto un iekļaut jaunus</p>	<p>2016. – 2017.</p> <p>2017.</p>	<p>A</p> <p>B – VKKF, LATEST (Igaunijas – Latvijas pārrobežu projekts)</p>

		<p>patriotisma jūtas Cēsu novada iedzīvotājos un skolu jaunatnē.</p> <p>Cēsu muzejs - ieciens vietējo iedzīvotāju un tūristu apmeklējuma objekts.</p>		<p>interaktīvos ekspozīcijas elementus.</p> <p>Izveidot animācijas filmu <i>Stāsts par Cēsu viduslaiku pils un pilsmuižas kompleksa izveidošanos.</i> – Ekspozīcijā „Cēsu Jaunā pils un pilsmuiža”.</p> <p>Cēsu viduslaiku apbūves – 13. gs. ēkas ekspozīcijas pilnveidošana, rekonstrukcijas izveidošana. – Ekspozīcijā „Cēsis raksturīga Eiropas viduslaiku pilsēta”.</p> <p>Pasākumi ekspozīcijas popularizēšanai (mārketinga pasākumi).</p>	<p>2016. – 2017.</p> <p>2016. – 2021.</p>	
--	--	---	--	---	---	--

	<p>Izveidota bērniem draudzīgāka vide (īpaši akcentējot pirmskolas vecuma grupu) ekspozīcijas zālēs (pakāpieni, sniedzot iespēju apskatīt augstākās vitrīnas, norādes, īpaši eksponāti u. c.).</p>	<p>Ekspozīcija piemērota apskatei pirmskolas bērnu vecuma grupai (2-6gadi).</p> <p>Jau no mazotnes bērniem veidojas priekšstats par Cēsu muzeju – draudzīgu, interesantu vidi, izziņas avotu.</p> <p>Izaudzināta un muzeja darbā ieinteresēta jauna sabiedrības paaudze.</p>	<p>Palielināts apmeklētāju skaits, kuri izvēlas apmeklēt muzeju kopā ar bērniem (ģimenes biļetes).</p> <p>Par 10 – 15% palielināts ģimenes biļešu pārdošanas skaits.</p>	<p>Izveidot koncepciju un plānu bērniem draudzīgākas vides izveidei ekspozīcijā sadarbojoties ar pirmskolas skolotājiem, jaunajiem vecākiem, pirmskolas vecuma bērniem.</p> <p>Finansējuma piesaiste projekta realizācijai.</p> <p>Sadarbībā ar mākslinieku realizēt</p>	2017. – 2019.	<p>A</p> <p>B – CKTC budžets, VKKF</p>

				iecerēto koncepciju un plānu.		
	<p>Izveidots vājredzīgo ekspozīcijāun apmeklētājiem ar funkcionāliem kustību traucējumiem izveidots īpašs Pils kompleksa apskates maršruts.</p>	<p>Ekspozīcija piemērota cilvēkiem ar īpašām vajadzībām.</p> <p>Cēsu muzejs – draudzīga vieta ikvienam.</p> <p>Apmeklētājiem ar kustību traucējumiem nodrošināta iespēja virtuāli apmeklēt nepieejamās Pils kompleksa daļas un ekspozīcijas.</p>	<p>Palielināts apmeklētāju skaits, katru mēnesi vismaz 2-3 vājredzīgo grupu ekskursijas (dalībnieku skaits grupā ~10 – 19)</p>	<p>Sadarbojoties ar piesaistītiem speciālistiem, māksliniekiem izveidot vājredzīgo ceļa konceptu.</p> <p>Finansējuma piesaiste, projekta sagatavošana un realizācija.</p> <p>Pasākumi projekta (vājredzīgo ceļš ekspozīcijā) popularizēšanā – sadarbība ar vājredzīgo, neredzīgo biedrībām, izdevīgu piedāvājumu izstrāde, mārketing.</p>	2017 - 2018	<p>A</p> <p>B – Innereg Central Baltic (ES fonds), pašvaldības līdzfinansējums</p>

	Izveidota Cēsu viduslaiku pils un Jaunās pils aplikācija viedierīcēm.	Apmeklētājiem iepēja iepazīt pils vēsturi ar paplašinātās realitātes palīdzību.	Palielināts apmeklētāju skaits	Finanšu līdzekļu piesaiste, projektu pieteikumi. Sadarbība ar programmētājiem aplikācijas izveidē.	2018. – 2019.	A B – CKTC budžets, ES fondu projektu konkursu finansējums

1. Stratēģiskais mērķis : Veidot Cēsu muzeju kā sabiedrību izglītojošu kvalitatīva brīvā laika pavadīšanas centru, balstoties uz Cēsu novada bagāto kultūrvēsturisko mantojumu.

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts - galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
1.3.Veikt pētniecībā balstītu izstāžu un ekspozīciju darbu, popularizējot vēstures	Tematiskās vēstures izstādes un krājuma izstādes, sadarbībā ar kolekcionāriem un citiem Latvijas un Pasaules muzejiem.	Kvalitatīvs izstāžu darbs un izstāžu dažādības iespēja veicināt sabiedrības interesi par Cēsu novada un Latvijas vēsturi.	Jaunizveidoto tematisko vēstures izstāžu skaits gadā 3-4. (Jaunā pils un Izstāžu nams)	Izstāžu koncepciju un plānu izstrāde Izstāžu dizaina koncepcijas izstrāde un realizācija	2016.-2021. 2016.-2021.	A B – VKKF, CKTC budžets, pašvaldības

<p>mantojumu izziņas avotu.</p>	<p>kā (detalizētu izstāžu sarakstu, plānu skat. Muzeja Komunikācijas politikā)</p>	<p>Kvalitatīvs izstāžu darbs Paplašinās muzejam piesaistīto mērķauditoriju loku;</p> <p>Kvalitatīvs izstāžu darbs uzlabos muzeja popularitāti vēstures interesentu vidū</p> <p>Kvalitatīvs izstāžu darbs uzlabos muzeja konkurētspēju tūrisma tirgū</p> <p>Izstāžu dažādības iespēja dažādot muzeja izglītojošās programmas, lai piesaistītu</p>	<p>Palielinājies muzeja apmeklētāju skaits</p>	<p>Sagatavot 1 - 2 projektus gadā finansējuma piesaistei jaunu atraktīvu izstāžu iekārtošanai</p> <p>Izstāžu reklamēšana</p>	<p>2016.- 2021.</p> <p>2016.- 2021.</p>	<p>līdzfinansējums</p>
--	--	--	--	--	---	-------------------------------

		skolēnu auditoriju.				
	<p>Cēsu muzeja Krājuma priekšmetu izstādes (izstādes, kuras pamatā balstītas tikai uz muzeja krājuma priekšmetiem, piem., kolekciju izstādes u.tml.)</p> <p>(Skat. Muzeja komunikācijas politiku)</p>	<p>Apmeklētājiem dota iespēja iepazīties ar krājuma priekšmetu kolekcijām un jaunieguvumiem, kuri stāsta par Cēsu novada un Vidzemes reģiona vēsturi un aktualitātēm.</p> <p>Palielinās cēsnieku interesi par muzeju</p> <p>Rosinās apmeklētājus apsvērt iespējas nodot muzeja krājumā jaunus priekšmetus;</p>	<p>Jaunizveidoto krājuma izstāžu skaits 1-2 gadā;</p> <p>Palielinājies muzeju apmeklējušo cēsnieku skaits.</p>	<p>Izstāžu koncepciju un plānu izstrāde</p> <p>Izstāžu dizaina koncepcijas izstrāde un realizācija</p> <p>Izstāžu reklamēšana</p>	2016-2021.	<p>A</p> <p>B – VKKF, CKTC budžets</p>
	Ceļojošās izstādes, īpaši akcentējot to tematisko	Iespēja parādīt muzeju Latvijā.	Katru gadu sagatavotas 1-2	Veidot jaunas izstādes.	2016.-2021.	A

	<p>loku, kuras var būt aktuālas izmantošanai muzejpedagoģiskajās programmās.</p> <p>Piemēram:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sarkanbaltsarkanā Latvijas karoga stāsti. 2. 1991. gada barikādes. 3. Cēsnieki brīvības cīņās. 4. Baigais gads Latvijā un Cēsu novadā. 5. Latvijas Tautas frontes Cēsu nodaļai - 25 6. LU Latvijas Vēstures institūta Cēsu arheoloģiskā ekspedīcija Cēsu viduslaiku pilī 1974-2014. 	<p>Izveidojusies sadarbība ar citiem muzejiem un kultūras iestādēm.</p> <p>Iespēja strādāt ar skolēniem uz vietas skolās.</p> <p>Dota iespēja vēstures skolotājiem izstādes izmantot vēstures stundās.</p> <p>Iespēja tuvināties Cēsīm tuvējām pašvaldībām, kas veicina atbalstu muzejam tam svarīgās darba jomās.</p>	<p>jaunas ceļojošās izstādes.</p> <p>Gada laikā ceļojošās izstādes 8 – 10 vietās ārpus muzeja</p>	<p>Organizēt ceļojošo izstāžu grafiku</p>		<p>B – VKKF, CKTC budžets</p>
--	---	--	---	---	--	--------------------------------------

1. Stratēģiskais mērķis : Veidot Cēsu muzeju kā sabiedrību izglītojošu kvalitatīva brīvā laika pavadīšanas centru, balstoties uz Cēsu novada bagāto kultūrvēsturisko mantojumu.

<p>1.4.Nodrošināt regulāru muzeja izglītojošā darba programmu un aktivitāšu pieejamību visām muzeja apmeklētāju mērķauditorijām, balstoties uz kvalitatīvu ekspozīciju un atraktīvu izstāžu darbu, ievērojot pilsētas un novada skolu vajadzības, un muzeja apmeklētāju vidū dominējošo sabiedrisko grupu intereses</p>	<p>Muzejpedagoģiskās programmas: 1.Muzeja dārgumu lāde bērnodārzā. 2.Pirmklasnieks muzejā. 3. Uzdevumiem pa pēdām. 4. Baigais gads. 5. Latvijas dzimšanas diena Cēsu muzejā. 6. Izcīni Latviju. 7. Latvijai 100! 8. Sveču balle. 9. Riekstu kalna arheologs. 10. Grāfi ZīversiCēsu pilsmuižā. 11. 19. gadsimta skola. 12. Seno lietu pasaulē (programmas atklātajā krājumā visu vecumu skolēniem).</p>	<p>Apmeklētāju pieprasījums pēc programmām un apmierinātība.</p> <p>Paplašinājies muzejam no jauna piesaistīto mērķauditoriju loks.</p> <p>Atbilstība skolu mācību programmām.</p> <p>Līdzdarbošanās programmās veicinās apmeklētājiem just piederības un atbildības Sajūtu.</p>	<p>Līdz ar iespējām izvērst izglītojošā un izklaidējošā darba programmas par 10% palielinājies pils apmeklētāju skaits.</p> <p>Muzejpedagoģisko programmu skaits vidēji 12 programmas gadā, no tām 1 - 2 jaunas.</p> <p>Kopējais novadīto programmu 120, apmeklētāju skaits līdz 2400 gadā</p>	<p>Vadīt esošās un jaunizveidotās programmas (sadarbībā ar aģentūras nodaļu Tūrisma attīstības un informācijas centrs).</p> <p>Sagatavot 1 - 2 projektus gadā jaunu programmu veidošanai. (sadarbībā ar aģentūras Attīstības un komunikāciju nodaļu).</p> <p>Veikt pedagogu un skolēnu aptaujas pēc katras novadītās muzejpedagoģiskās programmas</p>	<p>2016.-2021.</p> <p>2016.-2021.</p> <p>2016.-2021.</p>	<p>A B – VKKF, CKTC budžets</p>
	<p>Stunda muzejā skolēnu vasaras brīvlaikā.</p> <p>Brīvdienų skolas muzejā.</p>	<p>Saturīgi pavadīts skolēnu laiks brīvdienās.</p>	<p>2 grupas vasarā, katra vienu nedēļu h 4 dienā</p>	<p>Brīvdienų skolu scenāriju izstrāde.</p>	<p>2016.-2021.</p>	<p>A</p>

		Ar interaktīvām metodēm rosināta skolēnu interese par vēsturi	Ziemas brīvdienās, Pavasara brīvdienās 1-2 dienas 4h dienā	Nodarbību pedagogu piesaiste. Programmas novadīšana.		
	Mācību stundas muzejā “Gatavojamies Latvijas simtgadei.”	Iespēja gūt padziļinātu zināšanas par novada vēsturi un mākslas dzīvi Cēsīs Piesaistīta skolnieku auditorija muzejam	~20 mācību stundas gadā	Auditorijas organizēšana. Izstrādāt plānu un nodarbību tēmas. Nodarbību pedagogu piesaiste	2016.-2021.	A
	Dalība Ēnu un Karjeras dienās, Skolēnu vasaras darbs.	Izpratne par muzeja darbību, nepieciešamību, iespējamā savas profesijas izvēle.	2 reizes gadā (februāris, aprīlis) Skolēnu vasaras darbs 3 mēneši	Pieteikšanās dalībai Ēnu dienām, Karjeras dienām un skolēnu vasaras darbam.	2016.-2021.	A

1. Stratēģiskais mērķis : Veidot Cēsu muzeju kā sabiedrību izglītojošu kvalitatīva brīvā laika pavadīšanas centru, balstoties uz Cēsu novada bagāto kultūrvēsturisko mantojumu.

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
1.5. Nodrošināt daudzveidīgu mākslas un mūzikas piedāvājumu, popularizēt novada, latviešu un ārzemju mākslinieku radošo devumu Latvijas un Cēsu pilsētas kultūras dzīvē. Iesaistīt Cēsu mākslas dzīves organizēšanā novada māksliniekus.	Mākslas vēstures lekcijas un regulāra koncertu darbība Cēsu Izstāžu namā.	<p>Kvalitatīvs lekciju cikls, koncerts – papildus stimuls apmeklēt muzeju (Izstāžu namu).</p> <p>Muzeja piedāvājuma dažādība- interesi raisošs apstākļi pašmāju un ārzemju apmeklētājiem.</p>	<p>Reizi mēnesī 1 mākslas vēstures lekcija – veidota uz izstāžu bāzes vai arī attiecas uz vispārīgām mākslas vēstures tēmām (piem., sirreālisms pasaules un Latvijas mākslā u.c.).</p> <p>Vismaz 1 reizi mēnesī profesionālās mūzikas koncerts.</p>	<p>Piesaistīt lektoros – profesionālus mākslas zinātniekus, atzītas autoritātes savā jomā.</p> <p>Organizatoriskais darbs saistībā ar plānoto pasākumu rīkošanu.</p> <p>Sadarbība ar māksliniekiem un mūziķiem.</p> <p>Sadarbība ar A. Kalniņa Cēsu mūzikas vidusskolu.</p>		A B – VKKF, CKTC budžets

	<p>Profesionālās mākslas, novada mākslinieku darbu un tematiskās vēstures izstādes Izstāžu namā.</p>	<p>Kvalitatīvs izstāžu darbs uzlabos muzeja popularitāti vēstures interesentu vidū.</p> <p>Kvalitatīvs izstāžu darbs uzlabos muzeja konkurētspēju tūrisma tirgū.</p> <p>Iespēja Cēsu iedzīvotājiem baudīt profesionālo mākslu, nebraucot uz Rīgu.</p> <p>Muzeja piedāvājuma dažādība- interesi raisošs apstākļi pašmāju un ārzemju ceļotājiem.</p>	<p>Izstādes mainās reizi 2 mēnešos.</p> <p>Izstāžu skaits gadā 15-20</p>	<p>Izstāžu darba plānošana</p> <p>Organizatoriskais darbs ar māksliniekiem un citiem muzejiem;</p> <p>Izstāžu iekārtošana;</p> <p>Izstāžu reklamēšana;</p> <p>Izglītojošais darba organizēšana un realizēšana uz izstāžu bāzes.</p>	<p>2016. – 2021.</p>	<p>A</p> <p>B – VKKF, CKTC budžets</p>
	<p>Ik gadus maināmas Cēsu novada mākslinieku darbu izstādes</p>	<p>Iespēja iepazīties ar novada mākslinieku devumu Cēsu un Latvijas kultūras vēsturē - lokālpatriotisma jūtas veicinošs faktors.</p>	<p>1 izstāde gadā, visu gadu izglītojošais darbs ar izstādi</p>	<p>Izstāžu darba plānošana</p> <p>Izstāžu iekārtošana;</p> <p>Izstāžu reklamēšana;</p>	<p>2016.- 2021.</p>	<p>A</p>

				Izglītojošais darba organizēšana un realizēšana uz izstāžu bāzes.		
--	--	--	--	---	--	--

1. Stratēģiskais mērķis : Veidot Cēsu muzeju kā sabiedrību izglītojošu kvalitatīva brīvā laika pavadīšanas centru, balstoties uz Cēsu novada bagāto kultūrvēsturisko mantojumu.

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
1.6.Krājuma izmantošanas iespēju popularizēšana: piesaistīt māksliniekus, dizainerus u.c. radošo industriju pārstāvjus, rosināt iedvesmoties no krājuma materiāliem.Sadarbības veidošana ar radošo	Akcija „Muzejs iedvesmo” <i>/Daudzu pasaules slavenu zīmolu, produktu pamatā, iedvesmas avots ir bijis tieši muzejā redzētais priekšmets, glezna u.tml., kad kāds vēsturisks muzeja priekšmets iedvesmojis idejas autoru radīt mūsdienīgu produktu. Piemēram, zīmols „Apple”./</i>	Muzejs kā iedvesmas vieta, avots (<i>Musseon – mūzu templis(no s.grieķu).</i> Mūsdienīga, interaktīva, saistoša, radoša, atvērta muzeja tēls sabiedrībā.	Muzejam piesaistīta jauna auditorija, visu pasākumu rezultāta palielinās apmeklētāju skaits: +~1500 gadā (kas piesaistīti konkrēti ar šo aktivitāti – radošu industriju pārstāvjus, viņu paziņu loks u.c.) Izveidots jauns produkts, jauns zīmols	Izveidot sadarbību ar radošo industriju pārstāvjiem – koprades māja „Skolas 6”, mākslinieki, dizaineri u.c. – Regulāri veidot pasākumu ciklu uz „atklātā krājuma” bāzes – muzejs iedvesmo. Aicināt iemūžināt muzeja priekšmetu stāstus savos darbos – gleznās,	2016. – 2021.	A

industriju pārstāvjiem priekšmetu zinātniskajā izpētē.				zīmējumos, datoranimācijas, stāstos, filmās, mūzikā u.c., rosināt to visu parādīt/publicēt interneta vidē vai savu paziņu lokā.		
--	--	--	--	---	--	--

2. Stratēģiskais mērķis. Nodrošināt Cēsu novada kultūrvēsturi raksturojošo materiālo un nemateriālo kultūras liecību saglabāšanu un izpēti, lai stiprinātu nacionālo identitāti un veidotu Cēsu – Latvijas vēstures simbola, tēlu sabiedrībā. (PĒTNIECĪBAS DARBA POLITIKA)

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
2.1. Pētīt un publiskot pētījumu rezultātus par Cēsu pilsētas un novada kultūrvēsturisko mantojumu.	Pētījumi: Turpinās pētniecība, ekspozīcijas tēmu ietvaros u.c. prioritāro pētniecības tēmu ietvaros (skat. Cēsu Vēstures un mākslas muzeja pētniecības politika 2016. – 2021.g.)	Iegūta padziļināta informācija par Cēsu un Vidzemes reģiona vēsturi Iegūta kvalitatīva informācija muzeja produktu sagatavošanai apmeklētājiem-ekspozīcijām, izstādēm,	Izstrādāto pētniecisko darbu skaits muzejā (1-2 gadā); Pētnieciskajā darbā izmantoto krājuma priekšmetu skaits; Palielināsies zinātnisko publikāciju skaits;	Veikt pētniecisko darbu apstiprināto tēmu ietvaros, izmantojot muzeja krājuma, zinātniskā arhīva un bibliotēkas avotus un literatūru; Veikt pētniecisko darbu apstiprināto tēmu ietvaros,	2016 – 2021.	A

		<p>izglītojošām programmām u.c.</p> <p>Pētīts muzeja krājums;</p> <p>Apzināti un pētīti citu muzeju krājumu, vēstures arhīvu un bibliotēku avoti un literatūra.</p>	<p>Palielināsies sagatavoto un nolasīto referātu skaits Cēsu muzeja, valsts un starptautiskās konferencēs.</p>	<p>izmantojot citu muzeju krājumu, vēstures arhīva un bibliotēku avotus un literatūru;</p>		
	<p>Izstādes „Vidzemes bruņniecības un Latvija” katalogs. U.c. Izstāžu katalogi, monogrāfijas, publicēti pētījumi.</p>	<p>Publiskoti pētījumi par Vidzemes bruņniecību un tās lomu Latvijas vēsturē.</p> <p>Papildus ieinteresēta vāciski runājošo apmeklētāju auditorija.</p> <p>Aktualizēta sadarbība ar organizācijām, muzejiem Vācijā</p>	<p>Izdots katalogs 1000 eksemplāru.</p> <p>Turpināt iesākto darbu, sagatavojot 3 darbus izdošanai gadā (katalogi, monogrāfijas u.tml.)</p>	<p>Kataloga (izstādes) autoru un partneru piesaiste.</p> <p>Manuskripta sagatavošana</p> <p>Kataloga izdošana</p> <p>Finansējumu piesaiste</p>	<p>2016. – 2017.</p> <p>2016. – 2021.</p>	<p>A</p> <p>B – VKKF, ziedojumi no organizācijām, CKTC budžets</p>

		(Austrumprūsijas muzejs u.c.)				
	Zinātniskās publikācijas (zinātnisko rakstu)	Publiskoti pētnieku darba rezultāti par dažādām vēstures tēmām	3-5 publikācijas gadā	Veikt tēmu izpēti, sagatavot rakstu manuskriptus Publicēt sagatavotos manuskriptus	2016. – 2021.	A
	Publikācijas presē	Populārzinātnisku rakstu publicēšana – popularizēts pētnieku darba rezultāti un muzeja krājums	20 publikācijas gadā (Laikrakstā “Druva”, “Ilustrētā Pasaules vēsture” u.c.)	Sagatavot un publicēt presē rakstus pētniecisko tēmu ietvaros Sagatavot un publicēt rakstus par krājuma priekšmetiem	2016.- 2021.	A
	Referāti nolasīti Cēsu muzeja rīkotās, valsts un starptautiskās konferencēs	Publiskoti pētnieku darba rezultāti, celta pētnieku autoritāte un muzeja prestižs.	Muzeja vēsturnieku Uzstāšanās ar referātiem konferencēs 8 – 10 nolasīti referāti, izveidotas prezentācijas gadā.	Sagatavot un lasīt referātus valsts un starptautiskās konferencēs Piesaistīt līdzekļus komandējumiem	2016.- 2021.	A B - VKKF

				uz starptautiskām konferencēm.		
--	--	--	--	--------------------------------	--	--

2. Stratēģiskais mērķis. Nodrošināt Cēsu novada kultūrvēsturi raksturojošo materiālo un nemateriālo kultūras liecību saglabāšanu un izpēti, lai stiprinātu nacionālo identitāti un veidotu Cēsu – Latvijas vēstures simbola, tēlu sabiedrībā.

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
2.2.Veidot mērķtiecīgu materiālās un garīgās kultūras priekšmetu krājumu, vākt ar to saistīto informāciju par Cēsu pilsētas un novada kultūrvēsturisko mantojumu.	Papildināts muzeja krājums	Nacionālais muzeju krājums papildināsies ar vēstures un kultūras liecībām par Cēsu novadu, Vidzemes reģionu un Latvijas vēsturi	Krājuma priekšmetu skaita pieaugums vidēji par 1000 gadā;	Papildināt krājumu ar priekšmetiem pētnieciskā darba gaitā, strādājot pie ekspozīcijām, izstādēm un pētnieciskajām tēmām. Papildināt krājumu ar Cēsu pilsētas un novada aktualitātes raksturojošiem priekšmetiem Veikt muzeja Kultūras	2016. – 2021.	A

				pieminekļu arhīva iekļaušanu krājumā Veikt Cēsu viduslaiku pilī arheoloģiskajos izrakumos iegūto senlietu iekļaušanu krājumā.		
--	--	--	--	---	--	--

2.Stratēģiskais mērķis. **Nodrošināt Cēsu novada kultūrvēsturi raksturojošo materiālo un nemateriālo kultūras liecību saglabāšanu un izpēti, lai stiprinātu nacionālo identitāti un veidotu Cēsu – Latvijas vēstures simbola, tēlu sabiedrībā.**

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
2.3.Nodrošināt Cēsu pils kompleksa kultūrvēsturisko vērtību saglabāšanu nākamajām paaudzēm un pieejamību mūsdienās.	Pabeigta Dienvidu torņa restaurācija un torņa iekštelpās izveidota multimedāla ekspozīcija, kurā plaši izmantotas moderno tehnoloģiju sniegtās iespējas	Muzeja piedāvājuma dažādība- interesi raisošs apstākļi pašmāju un ārzemju ceļotājiem.	Palielināts apmeklētāju skaits pils kompleksam. 110 000 – 2021.gadā	Finanšu līdzekļu piesaiste. Projekta izstrāde. Piesaistīt profesionālus amatniekus projekta realizācijai.	2016. – 2018.	A B – VKPAI, ES fondu projektu līdzekļi – Innereg Central Baltic, ERAF u.c.

	<p>ERAF projekta (“Cēsu piedzīvojums”) realizācija, kas paredz visu pils daļu konservāciju, amatnieku darbnīcu un ēdināšanas nojumes izbūvi.</p>	<p>Muzeja piedāvājuma dažādība- interesi raisošs apstāklis pašmāju un ārzemju ceļotājiem.</p>	<p>Palielināts apmeklētāju skaits, kuri izvēlas apmeklēt muzeju kopā ar bērniem (ģimenes biļetes).</p> <p>Par 10 – 15% palielināts ģimenes biļešu pārdošanas skaits.</p>	<p>Pilnveidots piedāvājums pils kompleksa ikdienas apmeklētājiem – no pirmdienas līdz svētdienai pils dārzā iespēja iepazīt seno amatu prasmes, virtuves dārzā satikt dārznieku vai zāļu sievu, piemērit viduslaiku bruņas, uzšķilt uguni, spēlēt viduslaiku spēles.</p> <p>Veikta bērnu aktivitāšu laukuma labiekārtošana un papildināšana ar jauniem vides objektiem.</p>	<p>2016. – 2018.</p>	<p>A B – ERAF, VKPAI</p>

				Pabeigta amatnieku darbnīcu izbūve. Tajās ikdienā (vasaras sezonā) darbojas vismaz pieci dažādu seno amatu meistari.		
	Apmeklētājiem atvērta Ziemeļu tornis, kurā aktīvā tūrisma cienītājiem sniegta iespēja pa alpīnisma sienu uzkāpt līdz torņa jumta platformai un ar alpīnisma sistēmēmu nolaisties torņa pagrabā.	Muzeja piedāvājuma dažādība- interesi raisošs apstākļi pašmāju un ārzemju ceļotājiem.	Palielināts apmeklētāju skaits pils kompleksam. 110 000 – 2021.gadā	Finanšu līdzekļu piesaiste. Projekta izstrāde. Piesaistīt profesionālus amatniekus projekta realizācijai.	2017. – 2018.	A B – ES fondi (Innereg Central Baltic u.c.)

3. Stratēģiskais mērķis. Lai veidotu sabiedrības izpratni par Nacionālā krājuma unikalitāti vēsturiskās atmiņas saglabāšanā, nodrošināt mērķtiecīgu krājuma uzskaiti un pieejamību pētniecībai, nodrošināt piemērotus apstākļus Krājuma glabāšanai un tā izmantošanai darbā ar sabiedrību. (KRĀJUMA POLITIKA)

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
3.1. Cēsu muzeja krājums – izziņas un radošuma avots.	Atvērts “Atklātais krājums” L. Skolas ielā 6	Muzeja piedāvājuma dažādība- interesi raisošs apstākļi pašmāju un ārzemju ceļotājiem.	<p>Palielināts apmeklētāju skaits muzejam, papildus muzeja apmeklējumam piesaistot ~7 000 apmeklētājus gadā.</p> <p>Vismaz 80 novadītas muzejpedagoģiskās programmas gadā uz atklātā krājuma bāzes.</p>	<p>Izveidot interaktīvu, saistošu koncepciju atklātā krājuma izveidei.</p> <p>Koncepcijas un plāna izveidē paredzēt, lai atklātais krājums būtu pieejams cilvēkiem ar kustību traucējumiem un īpašām vajadzībām.</p> <p>Koncepcijas un plāna izstrādē paredzēt, lai atklātais krājums būtu pieejams un uztverams arī ārzemju tūristiem (integrēt anotācijas,</p>	2016. – 2017.	A B – pašvaldības līdzfinansējums, CKTC budžets

				<p>tekstus svešvalodās).</p> <p>Piesaistīt papildus finanšu līdzekļus projekta realizācijai.</p> <p>Izveidot muzejpedagoģijas klasi 19.gs.skola.</p> <p>Uz Atklātā krājuma bāzes veidot muzejpedagoģiskās un mūžizglītības programmas</p>		
--	--	--	--	---	--	--

3.Stratēģiskais mērķis.Lai veidotu sabiedrības izpratni par Nacionālā krājuma unikalitāti vēsturiskās atmiņas saglabāšanā, nodrošināt mērķtiecīgu krājuma uzskaiti unpieejamību pētniecībai, nodrošināt piemērotus apstākļus Krājuma glabāšanai un tā izmantošanai darbā ar sabiedrību.

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
3.2. Nodrošināt krājuma uzskaiti, izmantojot krājuma digitalizācijas dotās iespējas.	Muzeja krājuma datu bāze	Muzeja krājuma datorizācija- kvalitatīvas un efektīgas pieejamības nodrošināšanai	Datorizēto krājuma priekšmetu skaits vidēji 3000 vienības gadā;	Ievadīt datu bāzē muzeja krājumu	2010.- 2021.	A
	Nacionālā muzeju krājuma kop katalogs	Datu ievade NMKK dos iespēju sabiedrībai iegūt informāciju par Cēsu muzeja krājumu, izmantojot internetu.	Muzeja krājuma datu bāzē esošo uz NMK kop katalogu eksportēto vienību skaits - 13077 Katru gadu no jauna kop katalogā ievadīto krājuma vien. skaits: jaunieguvumi - 1000	Eksportēt uz NMKK muzeja alternatīvajā datu bāzē ievadītās krājuma vienības (jaunieguvumi). Veikt informācijas ievadi NMK kop katalogā	2016.- 2021. 2016.- 2021.	A A

			- agrāk inventarizētie priekšmeti – 2000			
--	--	--	--	--	--	--

3.Stratēģiskais mērķis.Lai veidotu sabiedrības izpratni par Nacionālā krājuma unikalitāti vēsturiskās atmiņas saglabāšanā, nodrošināt mērķtiecīgu krājuma uzskaiti un pieejamību pētniecībai, nodrošināt piemērotus apstākļus Krājuma glabāšanai un tā izmantošanai darbā ar sabiedrību.

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
3.3.Nodrošinot krājuma glabāšanas noteikumiem atbilstošus apstākļus, ar modernām iekārtām aprīkotas krātuves un atklātā krājuma glabātavas, tādējādi veicinot	Jauna krājuma glabātavu ēka.	Uzlaboti krājuma glabāšanas apstākļi, nodrošināts mikroklimate atbilstoši esošajiem normatīviem. Uzlabota krājuma drošība. Palielināts krājuma eksponētās daļas apjoms	Īstenots krātuves celtniecības projekts -1. Krājuma glabātavu telpu kvadrātūras palielināšanās par 800 m ² . Atklāto krājuma glabātavu kvadrātūra no 46 m ² palielinātos līdz 128 m ² .	Finansējuma piesaiste krājuma glabātavu celtniecībai (sadarbībā ar aģentūras speciālistiem) Krājuma glabātavu tehniskā projekta pārskatīšana; izstrādāts 2008.gadā	2018. – 2021.	A B – ES fondu līdzekļi pašvaldības līdzfinansējums, valsts līdzfinansējums (LR Kultūras ministrija u.tml.)

<p>krājuma un ar to saistītās informācijas saglabāšanu nākamajām paaudzēm un pieejamību mūsdienās.</p>		<p>Ar modernām tehnoloģijām aprīkotas telpas darbiniekiem un apmeklētājiem darbam ar krājuma priekšmetiem</p> <p>Paplašināta un daudzveidīgota krājuma pieejamība</p>	<p>Krājuma priekšmetu izstāžu telpu kopējā kvadrātūra 148 m².</p> <p>Krājuma eksponētās daļas skaits pieaugtu līdz 10000 priekšmetiem gadā.</p> <p>Krājuma apmeklētāju izmantoto krājumu priekšmetu skaita palielināšanās līdz 9000 gadā.</p> <p>Palielināsies kopējais muzeja apmeklētāju skaits (pirmajā gadā pēc atklāto krājuma glabātavu un krājuma priekšmetu izstāžu</p>	<p>Iepirkuma konkurss krājuma glabātavu celtniecības realizācijai (darba grupā ar aģentūras vai pilsētas domes speciālistiem)</p> <p>Krājuma glabātavu celtniecība</p> <p>Krājuma glabātavu iekārtošana (pēc projekta)</p> <p>Krājuma pārvietošana uz jaunajām krājuma glabātavām</p>		
---	--	---	--	--	--	--

			zāles atklāšanas ap 8-10 tūkst) ; IT skaits darbam ar krājumu (16 vien.)			
	Krājuma priekšmetu konservācija un restaurācija. Vidzemes restaurācijas centra izveide	Saglabāts krājuma priekšmets un tā saturošā informācija. Sagatavots priekšmets eksponēšanai. Iespēja Vidzemes reģiona muzejiem restaurēt savus krājuma priekšmetus Cēsu muzejā. Piesaistīt kvalificētu metāla priekšmetu restauratoru(2017.). Piesaistīt kvalificētu koka priekšmetu restauratoru (2021.).	Konservēti 100-120 priekšmeti gadā. Restaurēti 6-8 priekšmeti gadā. Restaurēt citu Latvijas muzeju krājuma priekšmetus – sadarboties ar 4 – 5 muzejiem gadā.	Veikt sistemātisku muzeja krājuma priekšmetu saglabātības apsekošanu; Veikt muzeja priekšmetu konservāciju Turpināt konservācijas procesa dokumentēšanu Piesaistīt finansējumu krājuma priekšmetu restaurācijai	2016. - 2021.	A B – VKKF, pašvaldības līdzfinansējums, valsts līdzfinansējums (LR KM)

				Veikt krājuma priekšmetu restaurāciju		
--	--	--	--	---------------------------------------	--	--

4. Stratēģiskais mērķis. Izveidot Cēsu Vēstures un mākslas muzeju kā sabiedriskajos mēdijos un interneta vidē pieejamu, plaši atpazīstamu kultūrvēsturisku izglītojošu centru un tūrisma objektu, tādējādi nodrošinot muzejā uzkrāto vērtību pieejamību komunikācijā ar sabiedrību. (KOMUNIKĀCIJU POLITIKA)

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
4.1. Aktualizēt un pilnveidot muzeja mārketinga politiku.	Izveidota mārketinga attīstības stratēģija (muzeja kā atpazīstama zīmola attīstības stratēģija).	Izveidots jauns muzeja tēls sabiedrībā. Sabiedrības viedokļa maiņa – muzejs atvērts sabiedrībai, radošs.	Palielināts apmeklētāju skaits Pils kompleksam, 110 000 – 2021.gadā	Sadarbībā ar māksliniekiem izveidot muzeja zīmolu (vizuālo tēlu). Komunikācija ar sabiedrību interneta vidē.	2017. – 2018.	A

	<p>Izveidota Cēsu Vēstures un mākslas muzeja mājaslapa.</p>	<p>Jauna komunikācijas ar sabiedrību platforma.</p> <p>Palielināta interese sabiedrībā par notiekošo muzejā.</p>	<p>Mājas lapas apmeklējumu skaits – 10 000 gadā.</p> <p>Vismaz 3 – 4 ieraksti nedēļā.</p>	<p>Papildus finanšu līdzekļu piesaiste projekta realizācijai.</p> <p>Uzrakstīts projekts.</p> <p>Kopā ar māksliniekme un programmetājiem izveidota mājas lapa – viegli uztverama, saistoša.</p> <p>Piesaistot profesionālus tulkus un programmētājus – mājas lapā informācija pieejama arī svešvalodās – angļu, krievu vācu valodās.</p> <p>Regulāri atjaunot informāciju mājas lapā - aktualitātes, pasākumi,</p>	<p>2017. – 2018.</p>	<p>A</p> <p>B – CKTC budžets</p>
--	---	--	---	--	----------------------	--

				populārzinātniski raksti.		
--	--	--	--	---------------------------	--	--

4.Stratēģiskais mērķis. Izveidot Cēsu Vēstures un mākslas muzeju kā sabiedriskajos medijos un interneta vidē pieejamu, plaši atpazīstamu kultūrvēsturisku izglītojošu centru un tūrisma objektu, tādējādi nodrošinot muzejā uzkrāto vērtību pieejamību komunikācijā ar sabiedrību.

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
4.2.Publiskot Pētnieciskā un izglītojošā darba rezultātu interneta vidē.	Regulāri publiskoti populārzinātniski pētījumi sociālajos tīklos, mājas lapā.	Radīta sabiedrības interese par vēstures notikumiem un procesiem, pasniedzot tos saistošā un interesantā veidā.	Vismaz 1 populārzinātniska publikācija nedēļā – izmantojot kontus sociālajos tīklos un, pēc mājas lapas izveides – muzeja interneta mājas lapā.	Sagatavot populārzinātniskus rakstus, pētījumus, saistošus plašai sabiedrības daļai.	2016. – 2021.	A

			Palielināta muzeja apmeklētāju auditorija.			
--	--	--	--	--	--	--

4.Stratēģiskais mērķis. Izveidot Cēsu Vēstures un mākslas muzeju kā sabiedriskajos mēdijos un interneta vidē pieejamu, plaši atpazīstamu kultūrvēsturisku izglītojošu centru un tūrisma objektu, tādējādi nodrošinot muzejā uzkrāto vērtību pieejamību komunikācijā ar sabiedrību.

Stratēģiskie uzdevumi	Plānotais darbības rezultāts- galaprodukts	Rezultatīvie rādītāji		Galvenie pasākumi	Termiņš	Finanšu avots
		Kvalitatīvie	Kvantitatīvie			
4.3. Regulāri veikt sabiedrības viedokļa un interešu izpēti, izmantojot dažādas metodes šī uzdevuma izpildē.	Ieviests apmeklētāju viedokļa monitorings, izmantojot interneta vidi un iesaistot zāļu uzraugus apmeklētāju viedokļa izzināšanā.	Radīta iespēja muzeja darba plānošanā un organizēšanā ievērot uz aptauju un novērojumu rezultātiem pamatotu apmeklētāju pieprasījumu .	Aptauju skaits - 2 Kopā aptaujāto apmeklētāju skaits – 400 Apmeklētāju novērošanu skaits 2-3 reizes gadā No jauna radīto muzeja produktu skaits, kas radīti	Organizēt apmeklētāju aptaujas(sadarbībā ar aģentūras speciālistiem). Aptauju rezultātu apkopošana, analīze (sadarbībā ar aģentūras speciālistiem). Veikt apmeklētāju novērošanu ekspozīcijās un	2016. – 2021.	A B – CKTC budžets

			balstoties uz apmeklētāju pieprasījuma izpētes rezultātiem, 1-2 gadā	izstādēs(sadarbībā ar aģentūras speciālistiem) Novērošanu rezultātu apkopošana, analīze (sadarbībā ar aģentūras speciālistiem) Radīt muzeja produktus, ņemot vērā apmeklētāju pieprasījuma izpētes rezultātus(sadarbībā ar aģentūras speciālistiem).		
--	--	--	--	--	--	--