

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»

Гуманитарный колледж

Курсовая работа на тему:

“Правовое сопровождение в организации и проведение event мероприятий ”

Выполнил: студент 4 курса 401
группы
Ломаева Виктория Николаевна

Введение

- Актуальность темы заключается в том какие именно проблемы права нужно затронуть в организации проведения event мероприятий.
- Целью данной курсовой работой является соблюдение правовых вопросов, касающихся деятельности event компаний по организации и проведению event-мероприятий. При написании курсовой работы были решены следующие задачи:
 - Объектом исследования данной курсовой работы являются различные виды event-мероприятий в рекламной организации.
 - Предметом исследования является правовое сопровождение

Задачи

- Сбор информации по теме правового сопровождения event- мероприятий.
- Изучение правовых вопросов для законного проведения event- мероприятий.
 - Рассмотреть специальные мероприятия, классификацию, виды.

Проблемы права в организации проведения event мероприятий.

Также стоит выделить что в статье 7 Федерального закона № 54-ФЗ также поэтапно раскрывается порядок действий для организации публичного мероприятия. Данный процесс начинается с подачи в орган власти специальных сведений, которые необходимо предоставить для проведения всех необходимых проверок и вынесения заключения. К таким сведениям относится: 1) цель публичного мероприятия; 2) форма публичного мероприятия; 3) место (места) проведения публичного мероприятия, маршруты движения участников, а в случае, если публичное мероприятие будет проводиться с использованием транспортных средств, информация об использовании транспортных средств; 4) дата, время начала и окончания публичного мероприятия; 5) предполагаемое количество участников публичного мероприятия; 6) формы и методы обеспечения организатором публичного мероприятия общественного порядка, организации медицинской помощи, намерение использовать звукоусиливающие технические средства при проведении публичного мероприятия; 7) фамилия, имя, отчество либо наименование организатора публичного мероприятия, сведения о его месте жительства или пребывания либо о месте нахождения и номер телефона;

Таким образом, из документов человеку, который решил заниматься данным видом деятельности, необходимо свидетельство о том, что данный гражданин является индивидуальным предпринимателем и им выбраны соответствующие коды ОКВЭД, или предоставить информацию о юридическом лице. Если гражданин работает не один, у аниматоров должны быть медицинские книжки. Также может быть потребуются документы о том, есть ли у гражданина в аренде нежилое помещение (офис).

Основные организационные составляющие

Согласно данному документу, мероприятия делятся на две группы: до 5000 и свыше 5000 человек. Уведомление о намерении провести массовое мероприятие в зависимости от количества его участников направляется для рассмотрения:

- за 45 дней — на массовое мероприятие с количеством участников свыше 5000 человек либо если массовое мероприятие проводится на территории нескольких административных округов — в мэрию Москвы;
- за 30 дней — на массовое мероприятие до 5000 человек — префектам или главам управ (на совсем небольшое по численности мероприятие) соответствующих административных округов Москвы.

Уведомление должно содержать информацию о названии мероприятия, программу с указанием места, времени, условий организационного, финансового и иного обеспечения его проведения, предполагаемого количества участников, контактной информации организаторов мероприятия. Уведомления рассматриваются в течение 10–15 дней, по результатам выносятся распоряжение о согласии либо отказе в согласии на проведение массового мероприятия.

Основные организационные составляющие

Массовые мероприятия, проведение которых связано с определенными рисками (например, при осуществлении торговли или организации фанзоны) должно быть обеспечено присутствием полиции, неотложной медицинской, противопожарной и иной необходимой помощью

При планировании и рекламе мероприятий следует также обратить внимание на закон о рекламе (№38-ФЗ от 13 марта 2006 г.) и законодательство об устройстве фейерверков (Постановление правительства Москвы от 24.06.2003 №494-ПП «О местах проведения праздничных артиллерийских салютов и мерах по упорядочению в г. Москве устройства фейерверков негосударственными организациями»).

Виды event мероприятий в коммуникационной деятельности.

Специальные мероприятия представляют собой комплексные, планируемые, организованные события, созданные для взаимодействия между субъектом PR и целевой аудиторией с целью достижения различных коммуникационных целей и задач, связанных, в зависимости от тематики, с продвижением бренда или товаров, формированием известности, имиджа, репутации, лояльности, идентификации и дифференциации на рынке.

| Критерий классификации | Виды событий | Формы событий |
|------------------------------------|---|---|
| Тип маркетинговой среды | Политические Корпоративные Социальные Культурные Спортивные Научные | Митинг, демонстрация, инаугурация Презентация продукции, выставка Благотворительный концерт Концерты, фестивали Спортивные соревнования, сборы Семинары, конференции |
| Характер взаимодействия участников | Формальные/ неформальные | Зависят от типа маркетинговой среды |
| Масштабы целевой аудитории | Международные Государственные Корпоративные Микрособытия События, закрепляющие достигнутые результаты | Саммит, конференция Официальный праздник, инаугурация Корпоративная вечеринка, промоакция Точечное воздействие на малые группы или конкретных людей: деловая встреча Отчетная конференция, корпоративное мероприятие, завершающее цикл деятельности |
| Маркетинговые задачи | События, направленные на кардинальные изменения | Презентация нового продукта |

Вопросы права в организации встреч с избирателями, например выборов в Государственную думу кандидатов в депутаты от партии Единая Россия

1. Государственные органы, органы местного самоуправления обязаны оказывать содействие политическим партиям, зарегистрированным кандидатам в организации и проведении агитационных публичных мероприятий.
 2. Уведомления организаторов митингов, демонстраций, шествий и пикетирований подаются и рассматриваются в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.
 3. По заявке политической партии, зарегистрированного кандидата помещение, пригодное для проведения публичных мероприятий, проводимых в форме собраний, и находящееся в государственной или муниципальной собственности, предоставляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о выборах собственником, владельцем помещения на время, установленное избирательной комиссией субъекта Российской Федерации или по ее поручению территориальной избирательной комиссией, для встреч представителей этой политической партии, этого зарегистрированного кандидата с избирателями. При этом избирательные комиссии обязаны обеспечить равные условия проведения указанных мероприятий для всех политических партий, для всех зарегистрированных кандидатов.
 4. Если помещение, указанное в [части 3](#) настоящей статьи, а равно помещение, находящееся в собственности организации, имеющей на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов депутатов Государственной Думы в своем уставном (складочном) капитале долю (вклад) Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и (или) муниципальных образований, превышающую (превышающий) 30 процентов, было предоставлено одной политической партии, одному зарегистрированному кандидату, собственник, владелец помещения не вправе отказать другим политическим партиям, другим зарегистрированным кандидатам в предоставлении помещения на таких же условиях в иное время в течение агитационного периода. В случае предоставления помещения политической партии, зарегистрированному кандидату собственник, владелец помещения не позднее дня, следующего за днем предоставления помещения, обязаны уведомить в письменной форме избирательную комиссию субъекта Российской Федерации о факте предоставления помещения, об условиях, на которых оно было предоставлено, а также о том, когда это помещение может быть предоставлено в течение агитационного периода другим политическим партиям, другим зарегистрированным кандидатам. (в ред. Федерального [закона](#) от 09.03.2016 N 66-ФЗ)
- (см. текст в предыдущей [редакции](#))

Вопросы права в организации встреч с избирателями, например выборов в Государственную думу кандидатов в депутаты от партии Единая Россия

5. Избирательная комиссия субъекта Российской Федерации, получившая уведомление о факте предоставления помещения политической партии, зарегистрированному кандидату, в течение двух суток с момента получения уведомления обязана разместить содержащуюся в нем информацию в сети "Интернет" или иным способом довести ее до сведения других политических партий, других кандидатов, зарегистрированных по соответствующему одномандатному избирательному округу.
6. Заявки о предоставлении помещений для проведения встреч представителей политических партий, зарегистрированных кандидатов с избирателями рассматриваются собственниками, владельцами помещений, указанных в [частях 3](#) и [4](#) настоящей статьи, в течение трех дней со дня подачи заявок.
7. Политические партии, выдвинувшие федеральные списки кандидатов, кандидаты вправе арендовать здания и помещения, принадлежащие гражданам и организациям независимо от формы собственности, для проведения агитационных публичных мероприятий.
8. Предвыборная агитация в расположении воинских частей, военных организаций и учреждений запрещается, за исключением случая, когда единственное здание или помещение, пригодные для проведения собраний, находится в расположении воинской части либо в военных организации или учреждении. Такое здание или помещение предоставляется для проведения встреч представителей политических партий, зарегистрированных кандидатов с избирателями из числа военнослужащих командиром воинской части по запросу избирательной комиссии субъекта Российской Федерации либо по ее поручению по запросу окружной или территориальной избирательной комиссии. Встречи представителей политических партий с избирателями из числа военнослужащих обеспечивает командир воинской части совместно с соответствующей избирательной комиссией, при этом уполномоченные представители или доверенные лица других политических партий, кандидаты, зарегистрированные по соответствующему одномандатному избирательному округу, оповещаются о времени и месте встречи не позднее чем за три дня до ее проведения. 9. Обеспечение безопасности при проведении агитационных публичных мероприятий осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Заключение

В процессе написания курсовой работы мной был проведен сбор информации по правовым аспектам. В процессе работы над курсовым проектом были решены следующие задачи:

- Сбор информации по теме правового сопровождения event- мероприятий.
- Изучение правовых вопросов для законного проведения event- мероприятий.
- Рассмотреть специальные мероприятия, классификацию, виды.
- Изучение нормативно правовой базы

В процессе работы были приведены и закреплены основные теоретические и практические знания полученные мной в процессе обучения.