

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 успеха

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 успеха

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.