

SZKOLENIE

SPONSORING - ASPEKTY PRAKTYCZNE I PRAWNE



1. Prawne podstawy sponsoringu

- Definicja i rodzaje sponsoringu: finansowy i niefinansowy
- Stosunek prawny sponsoringu w świetle przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny
- Sponsorowanie audycji w świetle ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji
- Sponsoring w świetle ustawy z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych
- Działalność sponsoringowa w świetle „Dobrych praktyk w zakresie prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa”
- Różnice pomiędzy stosunkiem sponsoringu i darowizną

2. Oferta sponsoringowa

- Kluczowe elementy oferty sponsoringowej
- Tytuł sponsorski i pakiet usług sponsoringowych
- Planowane działania promocyjno-reklamowe w ramach przedsięwzięcia
- Potencjał rozwoju relacji z grupami interesariuszy
- Ocena efektywności kosztowej

3. Konstrukcja umowy sponsoringu

- Zobowiązania sponsora i sponsorowanego
- Świadczenia sponsoringowe i wynagrodzenie
- Obowiązki sprawozdawcze, kary umowne i potrącenia
- Czas obowiązywania i okresy rozliczeniowe
- Zmiana i rozwiązanie umowy sponsoringu

4. Rozliczenie projektu sponsoringowego

- Dokumentowanie sposobu realizacji świadczeń
- Sporządzanie sprawozdania z wykonania świadczeń sponsoringowych i jego zatwierdzenie
- Najczęstsze błędy skutkujące niezatwierdzeniem sprawozdania, bądź nałożeniem kar umownych

Metody szkoleniowe: mini-wykład, ćwiczenia indywidualnie i/lub grupowe, case study, moderacja.