



№ 06-01/05 от 31.03.2018 г.
И.В. Брожевич

ПОЛОЖЕНИЕ
о рекламе платных образовательных услуг
в муниципальном образовательном учреждении дополнительного образования
культурно-образовательном центре «ЛАД»

1. Общие положения

1.1. Предметом регулирования настоящего Положения (далее-Положение) является деятельность муниципального образовательного учреждения дополнительного образования Культурно-образовательном центре «ЛАД» (далее - Учреждение) в области рекламы.

1.2. Настоящее Положение разработано в соответствии с:

- Законом РФ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- Законом РФ от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в РФ»;
- Правилами оказания платных образовательных услуг, утверждёнными Постановлением Правительства РФ от 15.08.2013 № 706;
- Постановлением Правительства РФ от 20.12.2012 № 1346 «Об утверждении положения о государственном надзоре в области рекламы»;
- Уставом Учреждения.

2. Основные понятия, используемые в настоящем Положении

2.1. В настоящем Положении используются следующие основные понятия:

«реклама» - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

«объект рекламирования» - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама;

«товар» - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

«ненадлежащая реклама» - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

«рекламодатель» - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

«рекламопроизводитель» - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

«рекламораспространитель» - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

«потребители рекламы» - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама;

«социальная реклама» - информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства;

«антимонопольный орган» - федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

3. Требования к рекламе Учреждения

3.1. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

3.2. Недобросовестной признается реклама, которая:

3.2.1. содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

3.2.2. порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

3.2.3. представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара;

3.2.4. является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

3.3. Недостоверной признается реклама, которая содержит несоответствующие действительности сведения:

3.3.1. о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

3.3.2. о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

3.3.3. об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;

3.3.4. о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;

3.3.5. об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара;

3.3.6. о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара;

3.3.7. об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;

3.3.8. о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;

3.3.9. об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;

3.3.10. о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;

3.3.11. о результатах исследований и испытаний;

- 3.3.12. о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара;
- 3.3.13. о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;
- 3.3.14. об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара;
- 3.3.15. о правилах и сроках проведения стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии;
- 3.3.16. о правилах и сроках проведения основанных на риске игр, пари, в том числе о количестве призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари, сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари, об их организаторе, а также об источнике информации об основанных на риске играх, пари;
- 3.3.17. об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;
- 3.3.18. о месте, в котором до заключения договора об оказании услуг заинтересованные лица могут ознакомиться с информацией, которая должна быть предоставлена таким лицам в соответствии с федеральными законами или иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;
- 3.3.19. о лице, обязавшемся по ценной бумаге;
- 3.3.20. об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.
- 3.4. Реклама не должна:
 - 3.4.1. побуждать к совершению противоправных действий;
 - 3.4.2. призывать к насилию и жестокости;
 - 3.4.3. иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;
 - 3.4.4. формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;
 - 3.4.5. содержать информацию порнографического характера.
- 3.5. В рекламе не допускаются:
 - 3.5.1. использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;
 - 3.5.2. указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами;
 - 3.5.3. демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции;
 - 3.5.4. использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников;
 - 3.5.5. указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека.
- 3.6. В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

- 3.7. Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.
- 3.8. В рекламе товаров и иных объектов рекламирования стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте.
- 3.9. В рекламе товаров, в отношении которых в установленном порядке утверждены правила использования, хранения или транспортировки либо регламенты применения, не должны содержаться сведения, несоответствующие таким правилам или регламентам.
- 3.10. Не допускаются использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции или в другой продукции распространение скрытой рекламы, то есть рекламы, которая оказывает неосознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание, в том числе такое воздействие путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами.
- 3.11. Не допускается размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения детей по основным образовательным программам дошкольного образования, в тетрадях.
- 3.12. Не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.
- 3.13. Не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.
- 3.14. При производстве, размещении и распространении рекламы соблюдаются требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

4. Социальная реклама

- 4.1. Учреждение может выступать рекламодателем социальной рекламы.
- 4.2. Учреждение осуществляет размещение заказов на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации.
- 4.3. В социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 4.4. настоящего раздела.
- 4.4. В социальной рекламе допускается упоминание об Учреждении в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности Учреждения, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.

5. Ответственность

- 5.1. Ответственность за рекламу Учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг несёт руководитель Учреждения.
- 5.2. Размещение рекламы Учреждения и (или) оказываемых им платных образовательных услуг осуществляется только по разрешению руководителя Учреждения.

5.3. По приказу руководителя Учреждения назначается уполномоченное лицо в сфере рекламы Учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг (далее Уполномоченное лицо), которое:

- может самостоятельно выполнять отдельные функции рекламопроизводителя;
- готовит предложения для руководителя Учреждения по объектам рекламирования;
- обеспечивает взаимодействие с другими рекламопроизводителями и рекламораспространителями;
- обеспечивает соответствие рекламы Учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе;
- обеспечивает регулярное проведение анализа эффективности рекламы;
- готовит и вносит предложения руководителю Учреждения по повышению эффективности рекламы, а также по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения платных образовательных услуг, оказываемых Учреждением;
- выполняет поручения руководителя Учреждения, связанные с рекламой Учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг.

5.4. Руководитель Учреждения и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы Учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг, а так же за выполнение настоящего Положения в соответствии с действующим законодательством.

6. Представление информации о рекламе в антимонопольный орган

6.1. Учреждение представляет в антимонопольный орган (его должностным лицам) по его мотивированному требованию в установленный срок необходимые документы, материалы, объяснения, информацию в письменной и (или) устной форме (в том числе информацию, составляющую коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну), включая служебную переписку в электронном виде, а также обеспечивает уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

6.2. Ответственность за выполнение пункта 6.1. настоящего раздела несёт руководитель Учреждения в соответствии с действующим законодательством.