

Принято на педагогическом совете
Протокол № 2 от 01.09.2016
С учетом мнения родителей и учащихся

Утверждено
Приказом № 144 от 01.09.2016

Положение
о рекламе платных образовательных услуг
в муниципальном бюджетном общеобразовательном учреждении «Школа-интернат № 4
для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья» г. Перми

1. Общие положения

1.1. Предметом регулирования настоящего Положения (далее - Положение) является деятельность муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения «Школа-интернат № 4 для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья» г. Перми (далее – Учреждение) в области рекламы.

1.2. Настоящее Положение разработано в соответствии с:

- законом Российской Федерации от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»;
- законом РФ от 29.12.2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Правилами оказания платных образовательных услуг, утверждёнными Постановлением Правительства Российской Федерации от 15.08.2013 г. № 706;
- Постановлением Правительства Российской Федерации от 20.12.2012 г. № 1346 «Об утверждении положения о государственном надзоре в области рекламы»;
- Уставом муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения «Школа-интернат № 4 для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья» г. Перми (далее – Учреждение).

2. Основные понятия, используемые в настоящем Положении

2.1. В настоящем Положении используются следующие основные понятия:

2.1.1. *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;

2.1.2. *объект рекламирования* - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс,

фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания, к которым направлена реклама;

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

2.1.4. *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

2.1.5. *рекламодатель* - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

2.1.6. *рекламопроизводитель* - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

2.1.7. *рекламораспространитель* - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

2.1.8. *потребители рекламы* - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама;

2.1.9. *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.

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

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

3.3.4. о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара;

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

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

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

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

3.3.8. о результатах исследований и испытаний;

3.3.9. о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара;

3.3.10. о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;

3.3.11. об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара;

3.3.12. о правилах и сроках проведения стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобномероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призовили выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии;

3.3.13. об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;

3.3.14. 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;

3.3.15. 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.

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, не соответствующие таким правилам или регламентам.

3.10. Не допускается размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения детей по основным образовательным программам дошкольного образования, в тетрадях.

3.11. Не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

3.12. Не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года N 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.

3.13. 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 их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 4.4. настоящего раздела.

4.4. В социальной рекламе допускается упоминание о 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 дошкольного образовательного 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 рекламодателями;
- 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 так же 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.