



ПРИНЯТО:

Заседание Общего собрания
(Конференции)
Протокол от « 20 » 05 2015 г. № 1

Председатель Общего собрания
(Конференции)
 Т.А.Чупина

УТВЕРЖДАЮ:

Приказ от « 22 » 05 2015 г. № 150

Руководитель (заведующий)
МДОУ «Детский сад № 64»
 С.С.Егорова

Положение

о рекламе платных образовательных услуг в муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении Петрозаводского городского округа «Детский сад № 64 «Мармеландия»

1. Общие положения

1.1. Предметом регулирования настоящего Положения о рекламе платных образовательных услуг в муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении Петрозаводского городского округа «Детский сад № 64 «Мармеландия» (далее Положение) является деятельность дошкольного образовательного учреждения 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 дошкольного образовательного учреждения.

2. Основные понятия, используемые в настоящем Положении

2.1. В настоящем Положении используются следующие основные понятия:

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) 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;

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

4) ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

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

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

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

8) потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама;

9) социальная реклама - информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному

кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства;

10) антимонопольный орган - федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

3. Требования к рекламе дошкольного образовательного учреждения

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

3.2. Недобросовестной признается реклама, которая:

1) содержит некорректные сравнения рекламируемых услуг с находящимися в обороте услугами, которые оказываются другими организациями или другими сотрудниками;

2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

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;

4) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

3.3. Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:

1) о преимуществах рекламируемой услуги перед находящимися в обороте услугами, которые оказываются другими организациями или реализуются другими сотрудниками;

- 2) о любых характеристиках услуги, в том числе о её природе, назначении, потребительских свойствах, об условиях её применения, о месте его происхождения;
- 3) об ассортименте услуг, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;
- 4) о стоимости или цене услуги, порядке её оплаты, размере льгот, тарифов и других условиях приобретения товара;
- 5) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;
- 6) о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;
- 7) об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;
- 8) о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;
- 9) о результатах исследований и испытаний;
- 10) о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемой услуги;
- 11) о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;
- 12) об объеме продажи рекламируемой услуги;
- 13) о правилах и сроках проведения 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;

16) об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;

17) 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;

18) о разработчике и исполнителе услуги.

3.4. Реклама не должна:

1) побуждать к совершению противоправных действий;

2) призывать к насилию и жестокости;

3) формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;

4) содержать информацию порнографического характера.

3.5. В рекламе не допускаются:

1) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;

2) указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами;

3) демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции.

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 рекламируемой услуге, об условиях её приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

3.8. В рекламе услуг стоимостные показатели должны быть указаны в рублях.

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

3.10. 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.

3.11. 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".

3.12. 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. Дошкольное образовательное учреждение может выступать рекламодателем социальной рекламы.

4.2. Дошкольное образовательное 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 дошкольном образовательном учреждении в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности дошкольного образовательного учреждения, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.

5. Ответственность

5.1. Ответственность за рекламу дошкольного образовательного учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг несёт руководитель дошкольного образовательного учреждения.

5.2. Размещение рекламы дошкольного образовательного учреждения и (или) оказываемых им платных образовательных услуг осуществляется только по разрешению руководителя дошкольного образовательного учреждения.

5.3. По приказу руководителя дошкольного образовательного 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 дошкольного образовательного учреждения по объектам рекламирования;

- обеспечивает взаимодействие с другими рекламопроизводителями и рекламодателями;
- обеспечивает соответствие рекламы дошкольного образовательного учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе;
- обеспечивает регулярное проведение анализа эффективности рекламы;
- готовит и вносит предложения руководителю дошкольного образовательного учреждения по повышению эффективности рекламы, а так же по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения платных образовательных услуг, оказываемых дошкольным образовательным учреждением;
- выполняет поручения руководителя дошкольного образовательного учреждения, связанные с рекламой дошкольного образовательного учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг.

5.4. Руководитель дошкольного образовательного учреждения и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы дошкольного образовательного 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. Дошкольное образовательное 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 так же обеспечивает уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

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