

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТР (ДЕТСКОГО) ЮНОШЕСКОГО
ТЕХНИЧЕСКОГО ТВОРЧЕСТВА «СТАРТ+»
НЕВСКОГО РАЙОНА
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

ПРИНЯТО

Общим собранием работников
ГБУ ДО ЦД(Ю)ТТ «Старт+»
Невского района Санкт-Петербурга
Протокол №1 от 30.08.2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

директор ГБУ ДО ЦД(Ю)ТТ «Старт+»
Невского района Санкт-Петербурга
О.Г. Подобаева
Приказ № 151/3 от 02.09.2024 г.



МОТИВИРОВАННОЕ МНЕНИЕ УЧТЕНО

Председатель первичной профсоюзной организации
ГБУ ДО ЦД(Ю)ТТ «Старт+»
Невского района Санкт-Петербурга
Н.В. Романенко
Протокол № 3 от 02.09.2024 г.



ПОЛОЖЕНИЕ

**О РЕКЛАМЕ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРА ДЕТСКОГО (ЮНОШЕСКОГО) ТЕХНИЧЕСКОГО
ТВОРЧЕСТВА «СТАРТ +»
НЕВСКОГО РАЙОНА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

Санкт-Петербург
2024

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Предметом регулирования настоящего Положения о рекламе платных образовательных услуг в государственном бюджетном учреждении дополнительного образования Центре детского (юношеского) технического творчества «Старт+» Невского района Санкт-Петербурга (далее Положение) является деятельность Государственного бюджетного учреждения дополнительного образования Центра детского (юношеского) технического творчества «Старт+» Невского района Санкт-Петербурга (далее - Учреждение) в области рекламы.

1.2. Настоящее Положение разработано в соответствии с:

- законом Российской Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- законом Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Правилами оказания платных образовательных услуг, утверждёнными Постановлением Правительства Российской Федерации от 15.08.2013 № 706;
- Постановлением Правительства Российской Федерации 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:

- 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 - средства индивидуализации юридического лица или услуги, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе концерт, конкурс, фестиваль), на привлечение внимания, к которым направлена реклама;
- 3) услуга - продукт деятельности, предназначенный для предоставления, 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

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 предоставляются другими изготовителями;
- 2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;
- 3) представляет собой рекламу услуг, реклама которых запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы других услуг, в отношении рекламы которых установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя услуг;
- 3) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

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

- 1) о преимуществах рекламируемых услуг перед находящимися в обороте услугами, которые предоставляются другими изготовителями;
- 2) о любых характеристиках услуг, в том числе о составе, способе, назначении, об условиях получения услуг, месте их предоставления;
- 3) о перечне услуг, а также о возможности их получения в определенном месте, или в течение определенного срока;
- 4) о стоимости услуг, порядке их оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях получения услуг;
- 5) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации услуг;
- 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 получателю рекламируемых услуг;
- 11) о правилах и сроках проведения мероприятия (в том числе концерт, конкурс, фестиваль) или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии;
- 12) об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;
- 13) 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;
- 14) об исполнителе рекламируемых услуг.

3.4. Реклама не должна:

- 1) побуждать к совершению противоправных действий;
- 2) призывать к насилию и жестокости;
- 3) иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;
- 4) формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;
- 5) 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 рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

3.8. В рекламе услуг либо других объектов рекламирования стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте.

3.9. В рекламе услуг, в отношении которых в установленном порядке утверждены 'правила предоставления, либо регламенты предоставления, не должны содержаться сведения, не соответствующие 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 не осознаваемое 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, в тетрадях, другой учебной литературе предназначенных для обучения детей по дополнительным общеобразовательным общеразвивающим программам Учреждения.

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 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 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 в Учреждении и оказываемых ею платных образовательных услуг несет директор Учреждения или уполномоченное им лицо.

5.2. Размещение рекламы Учреждения и (или) оказываемых ею платных образовательных услуг осуществляется только с разрешения директора Учреждения.

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

- готовит предложения для директора Учреждения по объектам рекламирования;
- может самостоятельно выполнять отдельные функции рекламопроизводителя;
- 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 директору Учреждения по повышению эффективности рекламы, а также по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения платных образовательных услуг, оказываемых Учреждением;
- выполняет поручения директора Учреждения, связанные с рекламой Учреждения и оказываемых ею платных образовательных услуг.

5.4. Директор Учреждения и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы Учреждения и оказываемых ею 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 так же обеспечивает уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

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