

СОГЛАСОВАНО  
Родительским комитетом  
МДОУ «Центр развития ребёнка –  
детский сад № 95»  
Протокол № 1 от 14.10. 2015г.

УТВЕРЖДЕНО  
Заведующим МДОУ»Центр развития ребёнка-  
детский сад № 95  
Лебедева Лебедева Т.В.



**ПОЛОЖЕНИЕ  
о рекламе платных образовательных услуг в  
муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении  
Петрозаводского городского округа  
«Центр развития ребёнка - детский сад № 95 «Родничок»**

Петрозаводск  
2015

## 1. Общие положения

1.1 Предметом регулирования настоящего Положения (далее - Положение) является деятельность муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка - детский сад № 95 «Родничок» 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) **анти monopольный 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 рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- 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 рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- 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) об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;
- 4) о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;
- 5) об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара;
- 6) о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара;
- 7) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;
- 8) о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;
- 9) об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;
- 10) о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;
- 11) о результатах исследований и испытаний;
- 12) о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара;
- 13) о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;
- 14) об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара;
- 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 выигрышер по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии;
- 16) о правилах и сроках проведения основанных на риске игр, пари, в том числе о количестве призов или выигрышер по результатам проведения основанных на риске игр, пари, сроках, месте и порядке получения призов или выигрышер по результатам проведения основанных на риске игр, пари, об их организаторе, а также об источнике информации об основанных на риске играх, пари;
- 17) об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;

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;

19) о лице, обязавшемся по ценной бумаге;

20) об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

### 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;

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;

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, 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, 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 декабря 2010 года N 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 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.
- 3.14. 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. 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 рекламораспространителями;

- 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.

Прошито, пронумеровано и  
скреплено печатью

5 (пять) листа(ов)

Лебедев / Лебедева  
«15» 10 20 15 г.