

**ПОЛОЖЕНИЕ  
О РЕКЛАМЕ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В  
МДОУ «ДЕТСКИЙ САД «РЯБИНКА»**

**1. Общие положения**

1.1. Предметом регулирования настоящего Положения (далее Положение) является деятельность МДОУ «Детский сад «Рябинка» 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 МДОУ «Детский сад «Рябинка».

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

4) рекламодатель – представитель услуги либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

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

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

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

8) 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;

9) 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 рекламируемой услуги с находящимися в обороте услугами, которые предоставляются другими физическими или юридическими лицами;
- 2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;
- 3) представляет собой рекламу услуги, реклама которой запрещена данным способом, в данное время или в данном месте;
- 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 другими услугами, которые предоставляются другими физическими или юридическими лицами;
- 2) о любых характеристиках услуги;
- 3) о стоимости или цене услуги, порядке ее оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях предоставления услуги;
- 4) об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;
- 5) о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;
- 6) о фактическом размере спроса на рекламируемую услугу;
- 7) 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;

3.4. 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 услугами, 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;

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 ее приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребитель рекламы.

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

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 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 МДОУ «Детский сад «Рябинка» и оказываемых им платных образовательных услуг несёт заведующий.

5.2. Размещение рекламы МДОУ «Детский сад «Рябинка» и (или) оказываемых им платных образовательных услуг осуществляется только по разрешению заведующего МДОУ «Детский сад «Рябинка».

5.3. По приказу заведующего назначается уполномоченное лицо в сфере рекламы МДОУ «Детский сад «Рябинка» и оказываемых им платных образовательных услуг (далее Уполномоченное лицо), которое:

- может самостоятельно выполнять отдельные функции рекламопроизводителя;
- готовит предложения для заведующего по объектам рекламирования;
- обеспечивает взаимодействие с другими рекламопроизводителями и рекламодателями;
- обеспечивает соответствие рекламы МДОУ «Детский сад «Рябинка» и оказываемых им платных образовательных услуг требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе;
- обеспечивает регулярное проведение анализа эффективности рекламы;
- готовит и вносит предложения заведующему по повышению эффективности рекламы, а также по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения платных образовательных услуг, оказываемых МДОУ «Детский сад «Рябинка»;
- выполняет поручения заведующего, связанные с рекламой МДОУ «Детский сад «Рябинка» и оказываемых им платных образовательных услуг.

5.4. Заведующий и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы МДОУ «Детский сад «Рябинка» и оказываемых им

платных образовательных услуг, а также за выполнение настоящего Положения в соответствии с действующим законодательством.

#### **6. Представление информации о рекламе в антимонопольный орган**

6.1. МДОУ «Детский сад «Рябинка» 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 заведующий МДОУ «Детский сад «Рябинка» в соответствии с действующим законодательством.