

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА № 693
НЕВСКОГО РАЙОНА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
(ГБОУ школа № 693 Невского района Санкт-Петербурга)**

193318, Российская Федерация, Санкт-Петербург,
муниципальный округ Невский округ, Нерчинская
улица, дом 4, строение 1.

E-mail: school693@mail.ru

ПРИНЯТО

Общим собранием работников
ГБОУ школы № 693 Невского района
Санкт-Петербурга
Протокол от 25.08.2023 № 3

УТВЕРЖДЕНО

приказом ГБОУ школы № 693
Невского района Санкт-Петербурга
от 28.08.2023 № 345/1-ОД
_____ Н.А. Соколова

**ПОЛОЖЕНИЕ
О РЕКЛАМЕ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
УСЛУГ**

Санкт-Петербург
2023

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение «О рекламе платных образовательных услуг» (далее - Положение) определяет содержание и регулирует деятельность государственного бюджетного общеобразовательного учреждения средней общеобразовательной школы № 693 Невского района Санкт-Петербурга (далее – Образовательное учреждение) рекламу платных образовательных услуг (далее – ОУ).

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 РФ от 15.09.2020 г. №1441;
- Постановлением правительства РФ от 16.11.2020 г. № 1838 "Об утверждении положения о государственном надзоре в сфере рекламы";
- Уставом государственного бюджетного общеобразовательного учреждения средней общеобразовательной школы № 693 Невского района Санкт-Петербурга, утвержденным Комитетом по образованию от 04.09.2019 г. № 2662-р. (с изменениями от 01.06.2020 г. № 1163-р.);

2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В НАСТОЯЩЕМ ПОЛОЖЕНИИ

2.1. В настоящем Положении используются следующие основные понятия:

- «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;
- «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 (В редакции Федерального закона от 07.05.2009 № 89-ФЗ);
- «Товар» - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;
- «Ненадлежащая реклама» - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;
- «Рекламодатель» - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;
- «Рекламопроизводитель» - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;
- «Рекламораспространитель» - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;
- потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама;
- «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.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

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

3.2. Недобросовестной признается реклама, которая:

- содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента; 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;
- является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

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

- о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;
- о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;
- о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара;
- об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;
- о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;
- об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;
- о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;
- о результатах исследований и испытаний;
- о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара;
- о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;
- об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара;
- 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 выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии;
- об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;
- 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;
- об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

3.4. Реклама не должна:

- побуждать к совершению противоправных действий;
- призывать к насилию и жестокости;
- иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;
- формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;

- содержать информацию порнографического характера.

3.5. В рекламе не допускаются:

- использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;
- указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами;
- демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции;
- 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 № 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 № 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. Образовательное Учреждение может выступать рекламодателем социальной рекламы.

4.2. 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 об Образовательном Учреждении в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности Образовательного Учреждения, направленной на достижение благотворительных или иных общественно- полезных целей.

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

5.1. Ответственность за рекламу Образовательного Учреждения и оказываемых им платных ОУ несёт директор Образовательного Учреждения.

5.2. Размещение рекламы Образовательного Учреждения и (или) оказываемых им платных ОУ осуществляется только по разрешению директора Образовательного Учреждения.

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

- может самостоятельно выполнять отдельные функции рекламопроизводителя;
- готовит предложения для руководителя Образовательного Учреждения по объектам рекламирования;
- обеспечивает взаимодействие с другими рекламопроизводителями и рекламодателями;
- обеспечивает соответствие рекламы Образовательного Учреждения и оказываемых им платных ОУ требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе;
- обеспечивает регулярное проведение анализа эффективности рекламы;
- готовит и вносит предложения директору Образовательного Учреждения по повышению эффективности рекламы, а также по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения платных ОУ, оказываемых Образовательным Учреждением;
- выполняет поручения директора Образовательного Учреждения, связанные с рекламой и оказываемых им платных ОУ.

5.4. Директор Образовательного Учреждения и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы и оказываемых им платных ОУ, а также за выполнение настоящего Положения в соответствии с действующим законодательством.

6. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ О РЕКЛАМЕ В АНТИМОНОПОЛЬНЫЙ ОРГАН

6.1. 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 также обеспечивает уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

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

7. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. Настоящее Положение рассматривается и принимается Общим собранием работников Образовательного учреждения и утверждается приказом директора Образовательного учреждения.

7.2. Настоящее Положение действует с момента его подписания. Изменения и дополнения в составе новой редакции Положения принимаются Общим собранием работников Образовательного учреждения и утверждаются приказом директора Образовательного учреждения. После принятия новой редакции Положения предыдущая редакция утрачивает силу.

7.3. В случае возникновения конфликта между нормами локального нормативного акта Образовательного учреждения, регулирующего указанные в Положении вопросы, и нормами настоящего Положения применяются нормы акта, принятого позднее.

7.4. Все работники, ответственные за организацию платных ОУ в Образовательном учреждении, несут ответственность за соблюдение настоящего Положения в установленном законодательством порядке.