

Принято на Педагогическом совете Протокол № <u>1</u> от <u>25 августа</u> 20 <u>20</u> г.	Согласовано с Председателем профкома МАОУ ДО «ДМШ №2» <u>Мусина Н.П.</u>	Утверждаю И.о. директора МАОУ ДО «ДМШ №2» <u>Аксёнов Р.А.</u>
--	---	---



Книжка № 80 от 26.08.20

Положение о рекламе платных образовательных услуг в МАОУ ДО «Детская музыкальная школа №2»

1. Общие положения

1.1. Предметом регулирования настоящего Положения (далее Положение) является деятельность муниципального автономного образовательного учреждения дополнительного образования «Детская музыкальная школа №2» 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 МАОУ ДО «ДМШ №2».

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 концерт, конкурс, фестиваль.), 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) рекламодаделец - 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 неопределённому 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 МАОУ ДО «ДМШ№2»

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 произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- 2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;
- 3) 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 произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- 2) о любых характеристиках услуги, в том числе о её способе и потребительских свойствах, об условиях применения, о месте его происхождения;
- 3) об ассортименте и о комплектации услуги, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;
- 4) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;
- 5) об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;
- 6) 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) 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;
- 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 размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения детей по дополнительным образовательным программам, 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.

3.8. При производстве, размещении и распространении рекламы соблюдаются требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

4. Ответственность

4.1. Ответственность за рекламу МАОУ ДО «ДМШ№2» и оказываемых им платных образовательных услуг несёт директор или лицо им уполномоченное.

4.2. Размещение рекламы МАОУ ДО «ДМШ№2» и (или) оказываемых им платных образовательных услуг осуществляется только по разрешению директора МАОУ ДО «ДМШ№2» .

4.3. Директор МАОУ ДО «ДМШ№2» и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы МАОУ ДО «ДМШ№2» и оказываемых им платных образовательных услуг, а так же за выполнение настоящего Положения в соответствии с действующим законодательством.