|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | |  |  | |
| ВНЕСЕНЫ ИЗМЕНЕНИЯ РАССМОТРЕНО МО учителей начальных классов Протокол от 30.08.2021 г. № 1 | | ПРИНЯТО  Педагогическим советом  Протокол от 31.08.21 г. № 1 | | | УТВЕРЖДАЮ  Приказ директора от 31.08.2021 г.  № 151/01-10 | |

Положение

о рекламе платных образовательных услуг

в МАОУ «Центр образования № 32»

1. Общие положения.

1.1 Предметом регулирования настоящего Положения (далее Положение) является деятельность МАОУ «Центр образования № 32» города Череповца в области рекламы.

1.2.Настоящее Положение разработано в соответствии с:

- законом РФ от 13.03.2006 г. № 38-Ф3 «О рекламе»;

- законом РФ от 29.12.2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с последующими изменениями) – далее Закон об образовании;

- Постановлением Правительства РФ от 15.09.2020 г. № 4114 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг» ;

- Постановлением Правительства РФ от 20.12.2012 г. № 1346 (в редакции от 01.08.2019) «Об утверждении положения о государственном надзоре в области рекламы»;

- Уставом МАОУ «Центр образования № 32».

2. Основные понятия, используемые в настоящем Положении.

2.1. В настоящем Положении используются следующие основные понятия:

- реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме 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 - средства индивидуализации юридического лица или услуги, результаты интеллектуальной деятельности, на привлечение внимания, к которым направлена реклама;

- услуга - продукт деятельности, предназначенный для предоставления, 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;

- антимонопольный орган - федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

**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 рекламируемых услуг с находящимися в обороте услугами, которые предоставляются другими изготовителями;

- порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента; - 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;

- является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

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

- о преимуществах рекламируемых услуг перед находящимися в обороте услугами, которые предоставляются другими изготовителями;

- о любых характеристиках услуг, в том числе о составе, способе, назначении, об условиях получения услуг, месте их предоставления,;

- о перечне услуг, а также о возможности их получения в определенном месте, или в течение определенного срока;

- о стоимости услуг, порядке их оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях получения услуг;

- об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненным к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации услуг;

- 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 получателю рекламируемых услуг; - 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 исполнителе рекламируемых услуг.

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; - 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;

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 воздействия путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами.

3.11. 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."

3.12. 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, санаторнокурортных, 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 РФ.

\

**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 РФ.

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 общественно полезных целей.

**5. Ответственность.**

5.1.Ответсвенность за рекламу в образовательном учреждении и оказываемых им платных образовательных услуг несет директор ОУ.

5.2. Размещение рекламы в образовательном учреждении и (или) оказываемых им платных образовательных услуг осуществляется только с разрешения директора ОУ.

5.3. По приказу директора назначается уполномоченное лицо в сфере рекламы оказываемых им платных образовательных услуг (далее Уполномоченное лицо), которое: - может самостоятельно выполнять отдельные функции рекламопроизводителя;

- готовит предложения для директора ОУ по объектам рекламирования;

-обеспечивает взаимодействие с другими рекламопроизводителями и рекламораспространителями;

- обеспечивает соответствие рекламы образовательного учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе;

- обеспечивает регулярное проведение анализа эффективности рекламы;

- готовит и вносит предложения директору образовательного учреждения по повышению эффективности рекламы, а так же по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения платных образовательных услуг, оказываемых в образовательном учреждении;

- выполняет поручения директора ОУ, связанные с рекламой в образовательном учреждении и оказываемых им платных образовательных услуг.

5.4. Директор ОУ и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы в ОУ 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 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.Ответсвенность за выполнение пункта 6.1. настоящего раздела несет директор образовательного учреждения в соответствии с действующим законодательством.