

**Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение
средняя общеобразовательная школа № 409
Пушкинского района Санкт-Петербурга**

ПРИНЯТО

Общим собранием
педагогического коллектива
ГБОУ школа № 409
Пушкинского района Санкт-Петербурга
Протокол № 2

от «14» апреля 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБОУ школа № 409
Пушкинского района Санкт-Петербурга



Н.В. Ефимова

Приказ № 79

от «14» апреля 2016 г.

**ПОЛОЖЕНИЕ
О РЕКЛАМЕ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

1. Общие положения

1.1. Положение о рекламе платных образовательных услуг (далее – Положение) в Государственном бюджетном общеобразовательном учреждении средней общеобразовательной школе № 409 Пушкинского района Санкт-Петербурга (далее ОУ) разработано в соответствии с:

- Законом РФ от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в РФ»;
- Гражданским кодексом РФ;
- Трудовым кодексом РФ;
- Законом РФ N 2 – ФЗ от 19.01.1996 г. «О защите прав потребителей»;
- Законом РФ от 25 декабря 2008 г. N 273-ФЗ «О противодействии коррупции»;
- Законом РФ от 27.07.2006 г. N 152-ФЗ «О персональных данных»;
- Законом РФ от 02.05.2006 г. N 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан РФ»;
- Законом РФ от 21 июля 2014 г. N 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации»;
- Законом Российской Федерации от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе»;
- Постановлением Правительства РФ от 15.08.2013г. №706 «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг»;
- Постановлением Правительства РФ от 28 октября 2013 г. N 966 «О лицензировании образовательной деятельности»;
- Постановлением Правительства РФ от 20.12.2012 г. № 1346 «Об утверждении положения о государственном надзоре в области рекламы»;
- Приказом Минобрнауки РФ от 5 декабря 2014 г. № 1547 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность» (зарег. в Минюсте 02.02.2015 г.);
- Приказами Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) «Об утверждении примерной формы договора об образовании по образовательным программам»;

- Приказами Минобрнауки России и региональных органов управления образованием, регламентирующие оказание платных образовательных услуг и бесплатного образования.
- Уставом образовательного учреждения;
- Локальными актами образовательного учреждения, регламентирующими правила приема.

1.1. Предметом регулирования настоящего Положения является деятельность ГБОУ школа № 409 Пушкинского района Санкт-Петербурга в области рекламы.

2. Основные понятия, используемые в настоящем Положении

2.1. В настоящем Положении используются следующие основные понятия:

реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме 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

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:

3.2.1. Порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

3.2.2. 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;

3.2.3. Является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

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

3.3.1. О преимуществах рекламируемых услуг перед находящимися в обороте услугами, которые предоставляются другими изготовителями;

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

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

3.3.4. О стоимости услуг, порядке их оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях получения услуг;

3.3.5. Об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненным к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации услуг;

3.3.6. О правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;

3.3.7. Об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;

3.3.8. О рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;

3.3.9. О результатах исследований и испытаний;

3.3.10. О предоставлении дополнительных прав или преимуществ получателю рекламируемых услуг;

3.3.11. Об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;

3.3.13. 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;

3.3.14. Об исполнителе рекламируемых услуг.

3.4. Реклама не должна:

3.4.1. Побуждать к совершению противоправных действий;

3.4.2. Призывать к насилию и жестокости;

3.4.3. Иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;

3.4.4. Формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;

3.4.5. Содержать информацию порнографического характера;

3.5. В рекламе не допускаются:

3.5.1. Использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;

3.5.2. Указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами;

3.5.3. 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 № 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.

4. Ответственность за рекламу

4.1. Ответственность за рекламу в ГБОУ школе № 409 Пушкинского района Санкт-Петербурга и оказываемых ею платных образовательных услуг несет директор ОУ.

4.2. Размещение рекламы в ГБОУ школе № 409 Пушкинского района Санкт-Петербурга и (или) оказываемых ею платных образовательных услуг осуществляется только с разрешения директора ОУ.

4.3. По приказу директора ОУ назначается уполномоченное лицо в сфере рекламы и 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 рекламодателями;
- обеспечивает соответствие рекламы ОУ и оказываемых им платных образовательных услуг требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе;
- обеспечивает регулярное проведение анализа эффективности рекламы;
- готовит и вносит предложения директору ОУ по повышению эффективности рекламы, а так же по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения платных образовательных услуг, оказываемых в ОУ;
- выполняет поручения директора ОУ, связанные с рекламой.

4.4. 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.

5. Представление информации о рекламе в антимонопольный орган

5.1 ОУ 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.

5.2. Ответственность за выполнение пункта 5.1. настоящего раздела несет директор ОУ в соответствии с действующим законодательством.