

**Министерство образования и науки Нижегородской области
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Уренский индустриально-энергетический техникум»**

УТВЕРЖДЕНО

приказом ГБПОУ УИЭТ

от «25» сентября 2023 г. № 678

ПОЛОЖЕНИЕ

**о рекламе платных образовательных услуг в Государственном
бюджетном профессиональном образовательном учреждении
«Уренский индустриально-энергетический техникум»**

Урень 2023

1.1. Общие положения

1.1. Предметом регулирования настоящего Положения (далее – Положение) является деятельность ГБПОУ «Уренский индустриально-энергетический техникум» (далее — Техникум) в области рекламы.

1.2. Настоящее Положение разработано в соответствии с:

- законом Российской Федерации от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 10.07.2023);
- законом Российской Федерации от 29.12.2012г. 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (ред. от 04.08.2023);
- Правилами оказания платных образовательных услуг, утверждёнными Постановлением Правительства Российской Федерации от 15.09.2020 г. №1441;
- Постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2021 г. № 1073 «О федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере 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 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;

«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, распространенная 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;

«Антимонопольный орган» – федеральный антимонопольный орган исполнительной власти и его территориальные органы, осуществляющие функции по принятию нормативных правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства в сфере деятельности субъектов рекламы.

3. Требования к рекламе организации дополнительного профессионального образования

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

3.3. Недостоверной признается реклама, которая содержит несоответствующие действительности сведения:

- 1) о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- 2) о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

- 3) об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;
- 4) о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;
- 5) об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара; 6) о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара; 7) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;
- 8) о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;
- 9) об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;
- 10) о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;
- 11) о результатах исследований и испытаний;
- 12) о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара;
- 13) о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;
- 14) об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара;
- 15) 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;
- 16) о правилах и сроках проведения основанных на риске игр, пари, в том числе, о количестве призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари; сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари; об их организаторе, а также об источнике информации об основанных на риске играх, пари;
- 17) об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;
- 18) 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;
- 19) о лице, обязавшемся по ценной бумаге;

20) об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

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 товарами, 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;
- 5) указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека.

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

3.11. Не допускается размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения по 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 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (ред. от 28.04.2023), без указания категории данной информационной продукции.

3.13. Не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с вышеуказанным в п.3.12 настоящего Положения Федеральным законом, в предназначенных для детей образовательных организаций, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организаций, 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. Техникум может выступать рекламодателем социальной рекламы.

4.2. Техникум 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 о Техникуме в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности Техникума, направленной на достижение благотворительных или иных общественно- полезных целей.

5. Ответственность

5.1. Ответственность за рекламу Техникума и оказываемых им платных образовательных услуг несет директор Техникума.

5.2. Размещение рекламы Техникума и (или) оказываемых им платных образовательных услуг осуществляется только по разрешению директора Техникума или уполномоченного им лица.

5.3. Уполномоченным в сфере рекламы оказываемых Техникумом платных образовательных услуг назначается по приказу директора Техникума должностное лицо (далее — уполномоченное лицо), которое:

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

5.4. Директор Техникума и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы Техникума 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. Техникум 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. Ответственность за выполнение пункта 6.1. настоящего раздела несёт директор Техникума в соответствии с действующим законодательством.

7. Заключительные положения

7.1. Настоящее положение вступает в силу с момента его утверждения директором Техникума и действует до его отмены.

7.2. Изменения и (или) дополнения в настоящее Положение вносятся при изменении действующего законодательства Российской Федерации и (или) Нижегородской области, а также в случае иной необходимости.

7.3. До внесения необходимых изменений настоящее Положение действует в части, не противоречащей действующему законодательству Российской Федерации и Нижегородской области.