

**Общество с ограниченной ответственностью  
«Инженерно-технический центр»**

**УТВЕРЖДЕНО**

Директор ООО «ИТЦ»

С. И. Козлов



**ПОЛОЖЕНИЕ  
О РЕКЛАМЕ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ  
В НАМЦ ООО «ИТЦ»**

г. Нижний Тагил

2019 год

## 1. Общие положения

1.1 Предметом регулирования настоящего Положения (далее - Положение) является деятельность НАМЦ ООО «ИТЦ» (далее - НАМЦ) 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. № 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 ООО «ИТЦ».

## 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 неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
- 2) **объект рекламирования** - средства индивидуализации юридического лица и (или) услуги, результаты интеллектуальной деятельности, на привлечение внимания, к которым направлена реклама;
- 3) **услуга** - продукт деятельности, предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;
- 4) **ненадлежащая реклама** - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;
- 5) **рекламодатель** - 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) **антимонопольный орган** - федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

## 3. Требования к рекламе НАМЦ

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

3.2. Недобросовестной признается реклама, которая:

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

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) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

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

- 1) о преимуществах рекламируемых услуг перед находящимися в обороте услугами, которые предоставляются другими изготовителями;
- 2) о любых характеристиках услуг, в том числе о составе, способе, назначении, об условиях получения услуг, месте их предоставления;
- 3) об перечне услуг, а также о возможности их получения в определенном месте или в течение определенного срока;
- 4) о стоимости услуг, порядке оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях получения услуг;
- 5) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации услуг;
- 6) о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;
- 7) об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;
- 8) о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;
- 9) о результатах исследований и испытаний;
- 10) о предоставлении дополнительных прав или преимуществ получателю рекламируемых услуг;
- 11) о фактическом размере спроса на рекламируемую услугу;
- 12) об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;
- 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;
- 14) об исполнителе рекламируемых услуг.

**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 услугами, 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;

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 воздействие 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, 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. Ответственность**

4.1. Ответственность за рекламу НАМЦ и оказываемых им платных образовательных услуг несёт руководитель НАМЦ.

4.2. Размещение рекламы иных лиц НАМЦ и (или) оказываемых им платных образовательных услуг осуществляется только по разрешению руководителя НАМЦ или директора ООО «ИТЦ» уполномоченным лицом.

4.3. Уполномоченное лицо в сфере рекламы НАМЦ и оказываемых им платных образовательных услуг (далее Уполномоченное лицо) имеет обязанности:

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

4.4. Руководитель НАМЦ и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы НАМЦ 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. НАМЦ 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 несёт руководитель НАМЦ в соответствии с действующим законодательством.