 КГБОУДПО ККЦМО	Министерство здравоохранения Красноярского края	
	Краевое государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Красноярский краевой центр медицинского образования»	
СМК-ДП-02.22.20	Положение о рекламе образовательных услуг в КГБОУДПО ККЦМО	Редакция № 1

УТВЕРЖДАЮ
 Директор




 А. И. Грицан
 » декабря 2020



ПОЛОЖЕНИЕ
о рекламе образовательных услуг в КГБОУДПО ККЦМО

Введен в действие
 с « 10 » декабря 2020г

Красноярск, 2020

	Должность	ФИО	Подпись	Дата
Разработал	Зам. директора по учебной работе	Фокина А.Г.		10.12.2020
Разработал	Зав. учебно-методическим отделом	Белозерова И.С.		10.12.2020
Проверил	Ведущий юрисконсульт	Горбачева Н.В.		10.12.20
Согласовал				
Согласовал				

Содержание

1. Общие положения	4
2. Основные понятия, используемые в настоящем Положении.....	4
3. Требования к рекламе центра.....	4
4. Социальная реклама	5
5. Ответственность.....	5
6. Представление информации о рекламе в антимонопольный орган.....	6
7. Заключительная часть.....	6

1. Общие положения

1.1 Предметом регулирования настоящего Положения является деятельность КГБОУДПО ККЦМО (далее Центр) в области рекламы образовательных услуг.

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 Центра

2. Основные понятия, используемые в настоящем Положении

2.1. В 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 – образовательные услуги, оказываемые центром, либо мероприятие (в том числе конкурсы, конференции, вебинары, семинары к которым направлена реклама;
- 3) ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;
- 4) рекламодатель – лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы;
- 5) рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;
- 6) рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;
- 7) потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых направлена реклама.

3. Требования к рекламе центра

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

3.2. Недобросовестной признается реклама, которая:

- 1) содержит некорректные сравнения образовательных услуг с образовательными услугами сторонних образовательных организаций;
- 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 образовательными услугами сторонних образовательных организаций;
- 2) об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;

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 услугами, 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;

5) 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;

6) отсутствие части существенной информации о рекламируемой услуге, об условиях её приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

7) стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте;

8) 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.

9) 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. Центр может выступать рекламодателем социальной рекламы.

4.2. Центр осуществляет размещение заказов на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации.

4.3. В социальной рекламе допускается упоминание о центре в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности центра, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.

5. Ответственность

5.1 Ответственность за рекламу центра и оказываемых им образовательных услуг несёт директор Центра.

5.2 Размещение рекламы Центра и оказываемых им образовательных услуг осуществляется только по разрешению директора Центра.

5.3 По приказу директора Центра назначается лицо ответственное за формирование и продвижение рекламы образовательных услуг (далее Ответственное лицо), которое:

- обеспечивает взаимодействие с другими рекламопроизводителями и рекламодателями;
- обеспечивает соответствие рекламы учреждения и оказываемых им образовательных услуг требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе;
- обеспечивает регулярное проведение анализа эффективности рекламы;
- готовит и вносит предложения директору центра по повышению эффективности рекламы, а так же по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения образовательных услуг, оказываемых центром;
- выполняет поручения директора, связанные с рекламой центра и оказываемых им платных образовательных услуг.

5.4 Директор и Ответственное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы Центра и оказываемых им образовательных услуг, а так же за выполнение настоящего Положения в соответствии с действующим законодательством.

6. Представление информации о рекламе в антимонопольный орган

6.1. Центр 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 центра в соответствии с действующим законодательством.

7. Заключительная часть

7.1. Настоящее Положение вступает в силу с момента утверждением его директором Центра.

7.2. Внесение изменений в подлинник настоящего Положения производит заместитель директора по учебной работе совместно с сотрудником ответственным за формирование и продвижение рекламы образовательных услуг. Внесенные изменения утверждается приказом директора Центра.

7.3. Положение считается утратившим силу по приказу директора Центра.

