

**Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Тюменской области
«Тюменский техникум строительной индустрии и городского хозяйства»
(ГАПОУ ТО «ТТСИ и ГХ»)**

РАССМОТРЕНО
на Совете техникума
Протокол № 10
от 18.11.2025

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГАПОУ ТО «ТТСИ и ГХ»
Е.В. Путра
Приказ № 10 от 18.11.2025



**ПОЛОЖЕНИЕ
о рекламе платных образовательных услуг в ГАПОУ ТО «ТТСИ и ГХ»**

1. Общие положения

1.1. Предметом регулирования Положения о рекламе платных образовательных услуг в государственном автономном профессиональном образовательном учреждении Тюменской области «Тюменский техникум строительной индустрии и городского хозяйства» (далее по тексту – профессиональная образовательная организация), (далее по тексту - Положение) является деятельность профессиональной образовательной организации в области рекламы.

1.2. Настоящее Положение разработано в соответствии с:

- Федеральным законом Российской Федерации от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 24.07.2023);

- Федеральным законом РФ от 29.12.2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (ред. от 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023);

- Федеральным законом от 01.07.2021 N 236-ФЗ "О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на территории Российской Федерации";

- Постановлением Правительства РФ от 15.09.2020 N 1441 "Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг";

- Постановлением Правительства РФ от 30.06.2021 N 1073 (ред. от 29.12.2021) "О федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы" (вместе с "Положением о федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы");

- Уставом профессиональной образовательной организации и иными нормативно-правовыми актами профессиональной образовательной организации.

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 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 - 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;

3) товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), 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) спонсор - лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности;

10) спонсорская реклама - реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре;

11) 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;

12) антимонопольный орган - федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы;

13) рекламная система - информационная система и (или) программа для электронных вычислительных машин, которые предназначены и используются для организации распространения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламы посредством принадлежащих третьим лицам информационных ресурсов (сайтов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", страниц сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных систем и (или) программ для электронных вычислительных машин).

3. Требования к рекламе профессиональной образовательной организации

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 не соответствующие 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, об 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.

6) содержать информацию, пропагандирующую либо демонстрирующую нетрадиционные сексуальные отношения и (или) предпочтения, педофилию, смену пола.

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 табака или потребления никотинсодержащей продукции, в том числе с использованием устройств для потребления никотинсодержащей продукции, и потребления алкогольной продукции;

4) указание на то, что объект рекламирования может быть использован в целях искажения показаний приборов учета используемых воды, природного газа, тепловой энергии, электрической энергии.

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 студентов.

3.12. 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" (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 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 по прямой линии без учета искусственных и естественных преград от ближайшей точки, граничащей с территориями указанных организаций.

3.14. Не допускается распространение рекламы, направленной на привлечение внимания потребителей, находящихся на территории Российской Федерации, на информационном ресурсе иностранного лица в случае принятия федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, решения о запрете на распространение рекламы на таком информационном ресурсе и включения информации о таком решении в перечень иностранных лиц, осуществляющих деятельность в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на территории Российской Федерации, в соответствии с Федеральным законом "О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на территории Российской Федерации".

3.15. При производстве, размещении и распространении рекламы соблюдаются требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

3.16. Не допускается реклама:

наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их частей, содержащих наркотические средства или психотропные

вещества либо их прекурсоры, а также новых потенциально опасных психоактивных веществ;

табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов;

услуг по подготовке и написанию выпускных квалификационных работ, иных работ, необходимых для прохождения обучающимися промежуточной или итоговой аттестации.

4. Социальная реклама

4.1. Профессиональная образовательная организация может выступать рекламодателем социальной рекламы.

4.2. Профессиональная образовательная организация может осуществлять 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. и 4.5. настоящего раздела.

4.4. Социальная реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", должна содержать пометку "Социальная реклама", а также указание на рекламоателя социальной рекламы и на сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", содержащие информацию о рекламоателе социальной рекламы.

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

5. Ответственность

5.1. Ответственность за рекламу профессиональной образовательной организации и оказываемых платных образовательных услуг несёт директор профессиональной образовательной организации.

5.2. Размещение рекламы профессиональной образовательной организации и (или) оказываемых платных образовательных услуг осуществляется только по разрешению директора профессиональной образовательной организации.

5.3. По приказу директора профессиональной образовательной организации назначается уполномоченное лицо в сфере рекламы профессиональной образовательной организации и оказываемых ею платных образовательных услуг (далее по тексту - Уполномоченное лицо), которое:

- может самостоятельно выполнять отдельные функции рекламопроизводителя;

- готовит предложения для директора профессиональной образовательной организации по объектам рекламирования;
- обеспечивает взаимодействие с другими рекламопроизводителями и рекламодателями;
- обеспечивает соответствие рекламы профессиональной образовательной организации и оказываемых ею платных образовательных услуг (размещенной на сайте профессиональной образовательной организации <http://tci72.ru/>) требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе;
- обеспечивает регулярное проведение анализа эффективности рекламы;
- готовит и вносит предложения директору профессиональной образовательной организации по повышению эффективности рекламы, а также по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения платных образовательных услуг, оказываемых профессиональной образовательной организацией;
- выполняет поручения директора профессиональной образовательной организации, связанные с рекламой профессиональной образовательной организации и оказываемых ею платных образовательных услуг.

5.4. Директор профессиональной образовательной организации и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы профессиональной образовательной организации и оказываемых ею платных образовательных услуг, а также за выполнение настоящего Положения в соответствии с действующим законодательством РФ.

6. Представление информации о рекламе в антимонопольный орган

6.1. Профессиональная образовательная организация представляет в Управление Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (его должностным лицом) (далее - антимонопольный орган) по его мотивированному требованию в установленный срок необходимые документы, к которым относятся в том числе материалы фотосъемки, аудио- и видеозаписи, информационные базы, банки данных и носители информации, а также копии таких документов, 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, и обеспечивать уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

6.2. Ответственность за выполнение пункта 6.1. настоящего раздела несёт директор профессиональной образовательной организации в соответствии с действующим законодательством РФ об административных правонарушениях.

7. Заключительные положения

7.1. Изменения и дополнения в настоящее Положение вносятся на основании изменений и дополнений, вносимых в документы, являющиеся основой для его разработки.

7.2. Положение действует до принятия новой редакции.

7.3. Работники профессиональной образовательной организации имеют право на ознакомление с текстом настоящего Положения, в том числе посредством размещения локального нормативного акта на официальном сайте профессиональной образовательной организации **tci72.ru**.