

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ДЕТСКИЙ САД № 34 КОМБИНИРОВАННОГО ВИДА
ВЫБОРГСКОГО РАЙОНА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ПРИНЯТО

Протокол Общего собрания
работников

Протокол 31.08.2026 №1

**С учётом мнения Совета
родителей**

Протокол от 28.08.2026 № 5

УТВЕРЖДЕНО

Приказом заведующего
ГБДОУ детский сад № 34
Выборгского района
Санкт-Петербурга
от 04.09.2026 № 196

_____ Л.А. Трунова

Трунова
Людмила
Александровна
на

Подписано
цифровой подписью:
Трунова Людмила
Александровна
Дата: 2026.09.04
10:06:13 +03'00'

ПОЛОЖЕНИЕ

**о рекламе дополнительных платных образовательных услуг в
Государственном бюджетном дошкольном образовательном
учреждении детском саду № 34 комбинированного вида
Выборгского района Санкт-Петербурга**

1. Общие положения

1.1. Предметом регулирования настоящего Положения о рекламе дополнительных платных образовательных услуг в Государственном бюджетном дошкольном образовательном учреждении детском саду № 34 комбинированного вида Выборгского района Санкт-Петербурга (далее — Положение) является деятельность Государственного бюджетного дошкольного образовательного учреждения детского сада № 34 комбинированного вида Выборгского района Санкт-Петербурга (далее — ГБДОУ детский сад № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга) в области рекламы.

1.2. Настоящее Положение разработано в соответствии с:

Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;

Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Федеральным законом от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию»;

Правилами оказания платных образовательных услуг, утверждёнными постановлением Правительства Российской Федерации от 15.09.2020 № 1441 (в редакции постановления Правительства РФ от 21.08.2026 № 1053, действуют до 01.09.2032);

постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2021 № 1073 «О федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы»;

Уставом ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга;

иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, регулирующими отношения в сфере рекламы.

2. Основные понятия

2.1. В настоящем Положении применяются следующие основные понятия:

реклама — информация, распространённая 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;

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, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства;

антимонопольный орган — федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

3. Требования к рекламе ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга

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

3.2. Реклама должна соответствовать требованиям добросовестности и достоверности, установленным статьями 5 и 6 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

3.3. Реклама не должна:

побуждать к совершению противоправных действий;

призывать к насилию и жестокости;

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

формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;

содержать информацию порнографического характера.

3.4. В рекламе не допускаются:

использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;

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

демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции;

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, размещённой в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников;

указание на то, что рекламируемый товар произведён с использованием тканей эмбриона человека.

3.5. 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, включённых в Список всемирного наследия.

3.6. Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

3.7. 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.

3.8. 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.

3.9. Не допускаются использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции или в другой продукции и распространение скрытой рекламы, то есть рекламы, которая оказывает не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание, в том числе такое воздействие путём использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами.

3.10. Не допускается размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения детей по основным образовательным программам дошкольного образования, в тетрадях.

3.11. Не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию», без указания категории данной информационной продукции.

3.12. Не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещённую для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) 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.

3.14. Не допускается распространение рекламы на информационных ресурсах, доступ к которым ограничен в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также на информационных ресурсах, деятельность которых признана нежелательной на территории Российской Федерации.

4. Социальная реклама

4.1. ГБДОУ детский сад № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга может выступать рекламодателем социальной рекламы.

4.2. ГБДОУ детский сад № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга 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 ГБДОУ детском саду № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.

5. Ответственность

5.1. Ответственность за рекламу ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга и оказываемых им дополнительных платных образовательных услуг несёт заведующий ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга.

5.2. Размещение рекламы ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга и (или) оказываемых им дополнительных платных образовательных услуг осуществляется только по разрешению заведующего ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга.

5.3. По приказу заведующего ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга назначается уполномоченное лицо в сфере рекламы ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга и оказываемых им дополнительных платных образовательных услуг (далее — Уполномоченное лицо), которое:

может самостоятельно выполнять отдельные функции рекламопроизводителя;

готовит предложения для заведующего ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга по объектам рекламирования;

обеспечивает взаимодействие с другими рекламопроизводителями и рекламодателями;

обеспечивает соответствие рекламы ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга и оказываемых им дополнительных платных образовательных услуг требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе;

обеспечивает регулярное проведение анализа эффективности рекламы;

готовит и вносит предложения заведующему ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга по повышению эффективности рекламы, а также по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения платных образовательных услуг, оказываемых ГБДОУ детским садом № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга;

выполняет поручения заведующего ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга, связанные с рекламой ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга и оказываемых им дополнительных платных образовательных услуг.

5.4. Заведующий ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга и оказываемых им дополнительных платных образовательных услуг, а также за выполнение настоящего Положения в соответствии с действующим законодательством.

6. Представление информации о рекламе в антимонопольный орган

6.1. ГБДОУ детский сад № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга 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 также обеспечивает уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

6.2. Ответственность за выполнение пункта 6.1 настоящего раздела несёт заведующий ГБДОУ детского сада № 34 Выборгского района Санкт-Петербурга в соответствии с действующим законодательством.