

УТВЕРЖДЕНО
приказом ГБУК г. Москвы "ЦГМБ
им. М.А. Светлова
от 1 сентября 2021 г. № 29/ОД

**Условия оказания услуг по размещению
рекламно-информационных материалов в Государственном бюджетном
учреждении культуры города Москвы "Центральная городская молодежная
библиотека им. М.А. Светлова"**

Общие положения.

Настоящие Условия оказания услуг по размещению рекламно-информационных материалов в Государственном бюджетном учреждении культуры города Москвы "Центральная городская молодежная библиотека им. М.А. Светлова" (далее – Условия) разработаны на основании Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

1. Оказание услуг осуществляется Государственным бюджетным учреждением культуры города Москвы "Центральная городская молодежная библиотека им. М.А. Светлова" (далее – Учреждение, Исполнитель) в отношении следующих видов рекламно-информационных материалов (далее – РИМ):

- плакат - вид РИМ, предназначенных для размещения (вывешивания) в специально отведенных местах внутри помещений Учреждения в свободном доступе для посетителей Учреждения, для размещения принимаются плакаты размером не более А3. Плакаты рекламно-информационного характера могут быть размещены в структурных подразделениях Учреждения: Молодежный Медиациентр (Большая Садовая ул., д.1); Абонемент (Садовая-Кудринская, д.23); Детско-юношеский абонемент (Большой Тишинский пер., д.24)

- печатная продукция (листовка, газета, каталог, буклет, брошюра) - вид РИМ, предназначенных для размещения (выкладке) в специально отведенных местах в помещениях Учреждения в свободном доступе для посетителей Учреждения. Печатная рекламно-информационная продукция может быть размещена в структурных подразделениях Учреждения: Молодежный Медиациентр (Большая Садовая ул., д.1); Абонемент (Садовая-Кудринская, д.23); Детско-юношеский абонемент (Большой Тишинский пер., д.24)

- рекламно-информационные видеоматериалы - демонстрация рекламных материалов посредством телевизора (плазменный, HDMI) в помещении Медиациентра Учреждения (Москва, ул. Б.Садовая, д.1). Учреждение принимает для демонстрации видеоматериалы в формате: MPEG-4/2/1, H.264, MOV, AVI.

- интернет-реклама - информация о Заказчике (наименование, местонахождение, часы работы, контактные телефоны), его товарах (работах, услугах), идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределенного круга лиц, призвана формировать или поддерживать интерес к Заказчику, товарам, идеям и начинаниям и распространяется в электронной форме посредством размещения на официальном сайте Учреждения в информационно-коммуникационной сети Интернет.

Учреждение принимает к размещению на официальном сайте:

Медийная (баннерная) реклама - графический или текстово-графический прямоугольный или квадратный блок информации, размещаемый на интернет-сайте.

Баннеры - короткие рекламные сообщения в виде окошек, размещенных на различных сайтах.

Текстовые блоки - интернет-реклама Заказчика на его сайте и других веб-страницах в виде текста.

2. Виды РИМ, перечень и порядок оказания услуг согласовываются Учреждением и рекламодателем, обратившимся в Учреждение за оказанием услуг (далее – Заказчик), в договоре на возмездное оказание услуг по размещению рекламно-информационных материалов, оформленном по форме, утвержденной Учреждением (далее – Договор). Размещению подлежат только согласованные с Учреждением РИМ.

2.1. Заявка на размещение РИМ (форма заявки – приложение 1 к Условиям) и образцы РИМ / макет объявления интернет-рекламы должны быть представлены в Учреждение посредством направления на адрес электронной почты Учреждения biblioteka@svetlovka.ru для согласования до заключения Договора. Одновременно с Заявкой и образцами РИМ / макетом объявления интернет-рекламы Заказчик направляет скан – копии документов, подтверждающих сведения о соответствии рекламы требованиям, установленным Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", в том числе сведения о наличии лицензии, об обязательной сертификации, о государственной регистрации и т.п.

В течение 5 (пяти) рабочих дней с момента получения от Заказчика Заявки, образца РИМ / макета объявления интернет-рекламы и скан-копий документов Учреждение рассматривает данную Заявку, после чего подтверждает готовность её выполнить или отказывается от её выполнения. О результатах рассмотрения Заявки сообщается Заказчику по электронной почте или по телефону, указанным Заказчиком в Заявке.

2.2. Заказчик обязуется по требованию Учреждения предоставлять

документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям, установленным Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", в том числе сведения о наличии лицензии, об обязательной сертификации, о государственной регистрации. Учреждение вправе отказать Заказчику в оказании услуг, в случае непредставления или несвоевременного предоставления Заказчиком документов или сведений о соответствии рекламы требованиям, установленным Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

В случае если приложенные к Заявке образцы РИМ не соответствуют требованиям законодательства, а также в иных случаях, указанных в настоящих Условиях, Учреждение отклоняет Заявку.

3. В случае подтверждения готовности выполнить Заявку Заказчика Учреждение производит расчет стоимости оказания услуги и сообщает о ней Заказчику. После согласования стоимости оказания услуги Учреждение оформляет два экземпляра Договора и приглашает Заказчика посетить Учреждение для их подписания в указанные Учреждением дату и время.

Расчет стоимости услуг Учреждения осуществляется в соответствии с прейскурантом, размещенным на официальном сайте Учреждения.

4. Рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на оказание услуг по размещению рекламы должны храниться в Учреждении в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

5. Заказчик (рекламодатель) несет полную ответственность за содержание и оформление предоставляемых им для размещения в соответствии с Договором РИМ, за нарушение авторских и смежных прав в отношении произведений, вошедших в рекламные материалы, за несоответствие рекламной информации действительности или действующему законодательству Российской Федерации, за несанкционированное использование в рекламной информации торговых марок, товарных и фирменных знаков, наименований фирм и их логотипов и т.д.

В случае несоблюдения Заказчиком требований законодательства о рекламе, повлекших за собой привлечение Учреждения к административной, гражданско – правовой ответственности, Заказчик возмещает понесенные Учреждением убытки в полном объеме.

Общие требования к рекламным материалам

6. Требования к производству, размещению и распространению рекламы вне зависимости от места ее размещения устанавливаются Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе" (далее — ФЗ "О рекламе").

Учреждение оказывает услуги по размещению рекламы при условии соблюдения рекламодателем требований действующего законодательства Российской Федерации.

Требования к содержанию рекламных материалов:

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

6.1.1. 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.

6.1.2. 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 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.

6.2. Реклама не должна:

- 1) побуждать к совершению противоправных действий;
- 2) призывать к насилию и жестокости;
- 3) формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;
- 4) содержать информацию порнографического характера.

6.3. 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 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;

6) указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий;

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

8) 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.

9) 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.

9.1.) 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.

10) 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.

11) не допускаются использование и 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.

6.4. Защита несовершеннолетних в рекламе.

6.4.1. Не допускается размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения детей по основным

образовательным программам начального общего, основного общего, среднего общего образования, школьных дневниках, школьных тетрадях.

6.4.2. 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.

Размещение рекламы информационной продукции, предназначенной для оборота на территории Российской Федерации (продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи), подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ допускается только при условии указания категории данной информационной продукции (часть 10.1 статьи 5 ФЗ "О рекламе").

Рекламодатель обязан соблюдать указанные требования и несет ответственность за правильное определение категории вышеуказанной продукции, в случае если такая продукция является объектом рекламирования, а также указание в такой рекламе соответствующей категории рекламной продукции.

6.4.3. 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.

6.4.4. В целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускаются:

1) дискредитация родителей и воспитателей, подрыв доверия к ним у несовершеннолетних;

2) побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар;

3) создание у несовершеннолетних искаженного представления о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка;

4) создание у несовершеннолетних впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками;

5) формирование комплекса неполноценности у несовершеннолетних, не обладающих рекламируемым товаром;

6) показ несовершеннолетних в опасных ситуациях, включая ситуации, побуждающие к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью;

7) преуменьшение уровня необходимых для использования рекламируемого товара навыков у несовершеннолетних той возрастной группы, для которой этот товар предназначен;

8) формирование у несовершеннолетних комплекса неполноценности, связанного с их внешней непривлекательностью.

6.5. Не допускается реклама:

1) товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации (Указ Президента России от 22 февраля 1992 г. N 179 "О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена");

2) 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;

3) взрывчатых веществ и материалов, за исключением пиротехнических изделий;

4) органов и (или) тканей человека в качестве объектов купли-продажи;

5) товаров, подлежащих государственной регистрации, в случае отсутствия такой регистрации;

6) товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия, а также работ или услуг по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, осуществляемых лицами, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации (в случае, если получение такой аккредитации предусмотрено законодательством Российской Федерации), либо аккредитованными лицами, но без указания наименования аккредитованного юридического лица или фамилии, имени и (если имеется) отчества аккредитованного индивидуального предпринимателя и уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц;

7) товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений;

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

9) медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности;

10) услуг по подготовке и написанию выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленных научно-квалификационных работ (диссертаций) и иных работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации или необходимых для прохождения обучающимися промежуточной или итоговой аттестации;

11) иностранных лиц, осуществляющих деятельность в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на территории Российской Федерации, и (или) их информационных ресурсов в качестве объектов рекламирования, направленная на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, 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 такой рекламы 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".

6.6. Учреждением также не принимается и не размещается:

- реклама алкогольной продукции;
- реклама основанных на риске игр, пари, их организаторов;
- реклама продукции военного назначения и оружия;
- реклама политических партий и религиозных доктрин;
- реклама финансовых услуг и финансовой деятельности;
- реклама ценных бумаг;
- реклама цифровых финансовых активов;
- реклама медицинских услуг;
- реклама лекарств, БАДов.

Учреждение вправе не принимать к размещению некоторые рекламно-информационные материалы или совсем отказать в их размещении без объяснения причин.

6.7. Требования к рекламе отдельных видов товаров.

6.7.1. Требования к рекламе отдельных видов товаров установлены главой 3 ФЗ "О рекламе".

6.7.2. Реклама товаров, являющихся продуктами интеллектуальной деятельности или средствами индивидуализации (произведения науки, литературы и искусства, в том числе музыкальные произведения, аудиовизуальные произведения (фильмы, музыкальные клипы, фонограммы и т.д.); программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ); базы данных; фонограммы)) допускается к размещению при предоставлении соответствующих

документов (сертификатов соответствия, лицензий, регистрационных удостоверений) и/или указании на сайте контактных данных организации, осуществляющей продажу и распространение указанных товаров.

6.8. Дополнительные требования к рекламе, размещаемой на официальном сайте Учреждения в информационно-коммуникационной сети Интернет.

6.8.1. Реклама должна соответствовать содержанию той страницы сайта или иного ресурса (веб-страницы, виртуальной визитки), на которую ведет рекламная ссылка. Например, если реклама содержит информацию о скидке, то рекламная ссылка должна вести на ту страницу сайта рекламодателя, где эта скидка явно указана.

6.8.2. Реклама новостных ресурсов, содержащая информацию о новостной статье, опубликованной на сайте или ином ресурсе (веб-странице, виртуальной визитке) рекламодателя, должна вести на ту страницу сайта или иного ресурса (веб-страницы, виртуальной визитки), где данная статья опубликована. При этом текст рекламного объявления должен соответствовать по смыслу заголовку и содержанию новостной статьи. В случаях, когда текст рекламы содержит провокационные заявления, имеет неоднозначную трактовку, может ввести пользователя в заблуждение, Учреждение вправе потребовать полного соответствия заголовка статьи тексту рекламы.

6.8.3. Из текста рекламного объявления должно быть понятно, что оно рекламирует источник, на котором можно ознакомиться с новостной статьей.

6.8.4. Требования к сайту или иному ресурсу (веб-странице, виртуальной визитке) рекламодателя:

- на странице сайта или иного ресурса (веб-страницы, виртуальной визитки) рекламодателя, на которую ведет рекламная ссылка, не должны открываться дополнительные окна (PopUp или PopUnder);

- страница, на которую ведет рекламная ссылка, должна корректно открываться в браузере и не содержать ошибок скриптов и программ;

- страница, на которую ведет рекламная ссылка, должна корректно открываться в браузере и не содержать ошибок скриптов и программ;

- не допускается реклама, ведущая на сайт или иной ресурс (веб-страницу, виртуальную визитку), основной целью которого является показ рекламы. К таковым, например, относятся сайты или иные ресурсы (веб-страницы, виртуальные визитки), содержащие страницы, где более половины площади первого экрана занимают рекламные блоки;

- запрещена реклама ресурсов, основной деятельностью которых является заполнение анкет и тестов для получения денег или контактных данных пользователей;

- если страница сайта или иного ресурса (веб-страницы, виртуальной визитки), на которую ведет рекламная ссылка, при размещении или в ходе рекламной кампании не отвечает или открывается некорректно, размещение будет приостановлено до исправления ошибки.

6.9. Заключительные положения.

6.9.1. В случае изменения положений законодательства Российской Федерации, Учреждение вправе применять новые требования к рекламе, в том числе остановить или ограничить размещение данной рекламы.

6.9.2. Во всех случаях, не предусмотренных настоящими Условиями, Учреждение руководствуется положениями действующего законодательства Российской Федерации.

6.9.3. Настоящие Условия оказания услуг по размещению рекламно-информационных материалов в Государственном бюджетном учреждении культуры города Москвы "Центральная городская молодежная библиотека им. М.А.Светлова" размещаются в открытом доступе на официальном сайте Учреждения, а также в помещениях структурных подразделений Учреждения, осуществляющих обслуживание посетителей, и являются неотъемлемым приложением к договору на возмездное оказание услуг по размещению рекламно-информационных материалов в Учреждении.

Приложение 1
к Условиям оказания услуг
по размещению рекламно-информационных
материалов
в ГБУК г. Москвы "ЦГМБ им. М.А. Светлова"

ФОРМА

Заявка на оказание услуг по размещению
рекламно-информационных материалов

г. Москва

"___" _____ 20__ г.

_____, именуемое в дальнейшем Заказчик, в лице _____, действующего на основании _____, с одной стороны, и Государственное бюджетное учреждение культуры города Москвы "Центральная городская молодежная библиотека им. М.А. Светлова", именуемое в дальнейшем Исполнитель, в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, подписали настоящую Заявку на оказание услуг по размещению рекламно-информационных материалов:

1. Формат РИМ _____
(плакат, листовка, газета, каталог, буклет, брошюра, рекламно-информационные видеоматериалы, интернет – реклама)
2. Характеристики РИМ _____ (объект рекламирования, размер РИМ, количество (шт.), продолжительность (для видеоматериалов), и т.п.).
3. Сроки доставки РИМ Исполнителю с "___" _____ 20__ г. по "___" _____ 20__ г.
4. Сроки оказания Рекламных услуг (срок размещения РИМ) с "___" _____ 20__ г. по "___" _____ 20__ г.
5. Порядок оказания услуг: _____ (например, количество рекламного времени для размещения видеоматериалов, и другие примечания).
6. Стоимость услуг: рассчитывается Исполнителем и согласовывается в договоре на возмездное оказание услуг.
7. Контактные данные Заказчика _____ (ФИО, № телефона, адрес электронной почты).

Исполнитель

Заказчик

_____ 20__ г.

_____ 20__ г.

М.П.

М.П.