# ПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ И ЗАКУПКА ЦИФРОВЫХ УСЛУГ

Сайты и продвижение учреждений культуры

Татьяна Зырянова

# ОПЫТ РАБОТЫ С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ И КУЛЬТУРНЫМИ ПРОЕКТАМИ

**7+**

лет работы с закупками цифровых услуг

### ФТС

Разработка фирменного стиля

### СИРКИ

Проекты для института развития креативных индустрий

### НЦ «Россия» в Красноярске

Продвижение в Красноярском крае

### ТИЦ Красноярского края

Техническая поддержка и продвижение

### ФСИН

Разработка маркетплейса

### «Енисей кино»

Разработка нового сайта

# ПРИЁМКА НАЧИНАЕТСЯ С ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

Мой первый вопрос как подрядчика — не «Как это сделать?», а «Как я буду это сдавать?»







**ОЖИДАНИЕ**

Сотрудник сам обновляет афишу

**ПО ФАКТУ**

Для переноса концерта нужен программист

**ОЖИДАНИЕ**

Виртуальный тур можно обновлять

**ПО ФАКТУ**

Подписи нельзя изменить без подрядчика

**ОЖИДАНИЕ**

20 размещений в городских пабликах

**ПО ФАКТУ**

Подготовлено 20 текстов без размещений

**Если ожидание не закреплено в ТЗ, требовать его при приёмке сложнее.**

# ПОЧЕМУ ТАК ПРОИСХОДИТ?

Ожидание нужно перевести в проверяемое требование

## 01

### Заказчик ожидает

- Рабочий инструмент
- Самостоятельное обновление
- Понятный результат за бюджет

## 02

### Подрядчик видит

- Перечень работ
- Условия ТЗ и договора
- Результат, который нужно подтвердить

## 03

### Фиксируем в ТЗ

- Состав и объём работ
- Требования к результату
- Критерии и порядок приёмки

**ЧТО СДЕЛАТЬ → ЧТО ПЕРЕДАТЬ → КАК ПРОВЕРИТЬ**

# ТРИ ВОПРОСА ДО ЗАКУПКИ

От требований закона — к проверяемому результату

## 01



### Что требует закон?

- Обязательная информация
- Доступность сайта
- Персональные данные
- Авторские права и реклама

## 02



### Как описать и оценить услуги?

- Техническое задание
- Стоимость разработки
- Бюджет продвижения
- Показатели эффективности

## 03



### Как принять результат?

- Критерии приёмки
- Проверка функционала
- Отчёты и подтверждения
- Передача прав и доступов

**На каждом этапе: что предусмотреть → что написать в ТЗ → что проверить**

# ЧТО ТРЕБУЕТ ЗАКОН?



# РАЗНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ — РАЗНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

## Культура: правовая база

Ст. 36.2 Основ законодательства о культуре; приказ Минкультуры РФ от 20.02.2015 № 277 — информационная открытость.

Сведения об учреждении и руководстве, контакты, режим работы, учредительные документы, услуги и тарифы, афиша мероприятий, финансовая отчётность, информация о материально-техническом обеспечении.

## Образование: правовая база

Ст. 29 закона № 273-ФЗ; приказ Рособрнадзора от 04.08.2023 № 1493 — структура и формат обязательных сведений.

Раздел «Сведения об образовательной организации»: документы, программы, педагоги, условия обучения и другие применимые подразделы.

Перед закупкой составьте перечень обязательных страниц, документов и ответственных за их обновление.

# КТО ЗА ЧТО ОТВЕЧАЕТ?

## Подрядчик может не знать отраслевых требований именно вашего учреждения

### Заказчик

Определяет обязательные разделы сайта.

Передаёт документы, тарифы и расписание.

Назначает редактора и согласует структуру.

### Подрядчик

Создаёт разделы, настраивает управление сайтом и доступы.

Размещает материалы и обучает сотрудников.

Соблюдает применимые нормы, предупреждает о рисках и передаёт права по договору.

Пример: учреждение передаёт тарифы, подрядчик создаёт управляемый раздел «Платные услуги».

КЕЙС ИЗ ПРАКТИКИ

# ПОДРЯДЧИК СДЕЛАЛ ВСЁ ПО ТЗ

## 01 / Тендер

Сайт для заключённых. В ТЗ указан конкретный шаблон

## 02 / Претензия

Новый сотрудник: «Зачем сделали на шаблоне? Он некрасивый!»

## 03 / Новый проект

Позднее — маркетплейс с индивидуальным дизайном и сложным функционалом



Ожидания, которых нет в ТЗ, сложно предъявить при приёмке.

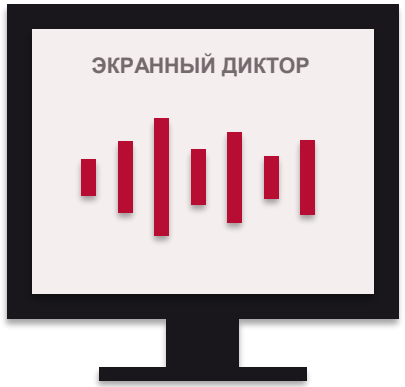
# КНОПКА ЕСТЬ. А ИНФОРМАЦИЯ ДОСТУПНА?

Незрячий посетитель хочет узнать, во сколько концерт




## Афиша — картинка

Зрячий посетитель видит название, дату и время концерта.




**Время не озвучено**

## Экранный диктор

Не прочитает расписание, если у картинки нет доступного текстового эквивалента.

**МЫ ЗАКАЗЫВАЕМ НЕ КНОПКУ, А ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ САЙТОМ**

# ДОСТУПНОСТЬ — ТРЕБОВАНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

## Постановление Правительства РФ от 07.02.2026 № 102

Действует с 1 марта 2026 года.

Официальные сайты государственных и муниципальных органов и подведомственных организаций

Aa

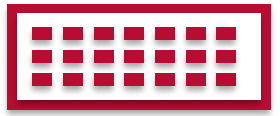
### Увеличить

Текст остаётся читаемым при увеличении масштаба от 200% исходного размера без потери функциональности и появления горизонтальной прокрутки



### Услышать

Информация доступна экранному диктору



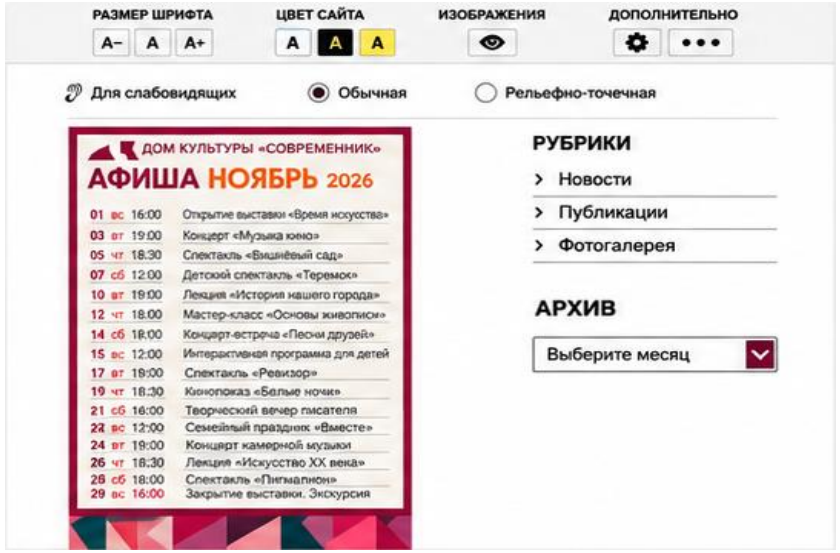
### Управлять

Основные действия можно выполнить без мыши

**ДО ПОДГОТОВКИ ТЗ УТОЧНИТЕ, ПРИМЕНИМЫ ЛИ ТРЕБОВАНИЯ К ВАШЕМУ УЧРЕЖДЕНИЮ**

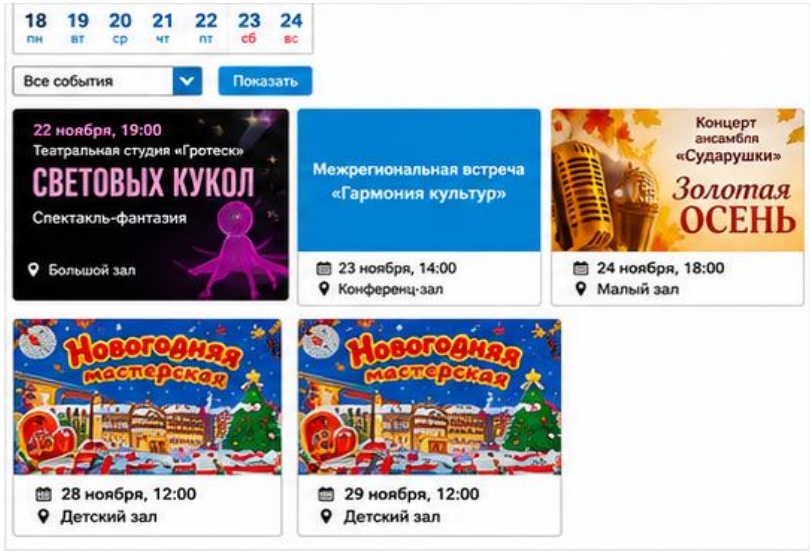
# АФИША-КАРТИНКА И АФИША С ТЕКСТОМ

## А / АФИША — КАРТИНКА




Даты и время внутри изображения. Без текстового эквивалента диктор может их не прочитать.

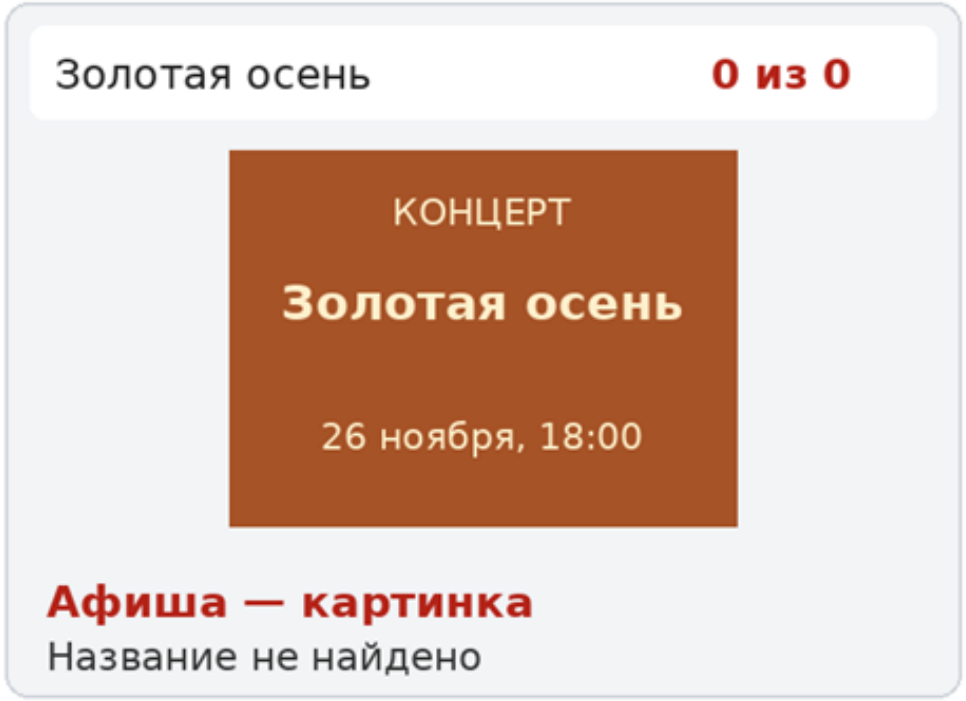
## Б / КАРТИНКА + ТЕКСТ

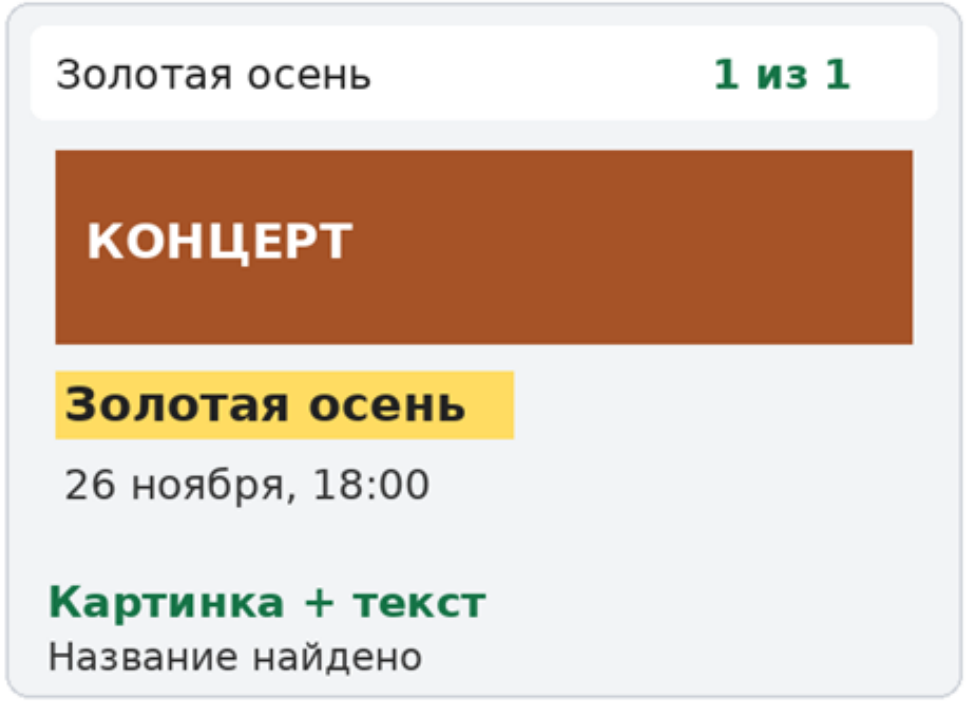



Отдельные карточки событий. Название, дата и время должны быть доступны текстом.

Изображения интерфейсов — демонстрационные реконструкции

# БЫСТРАЯ ПРОВЕРКА




Откройте афишу → нажмите Ctrl + F → введите название концерта.

Это предварительная проверка, а не доказательство доступности.

# ЧТО НАПИСАТЬ И КАК ПРОВЕРИТЬ

| В техническом задании | При приёмке |
| --- | --- |
| Сведения о мероприятиях доступны текстом. | Найти событие и озвучить дату, время, цену. |
| Основные действия выполняются с клавиатуры. | Tab / Enter: открыть событие и перейти к записи. |
| Поля форм имеют доступные названия. | Заполнить и отправить форму без мыши. |
| Значимые изображения имеют текстовые описания. | Проверить озвучивание и увеличение текста. |

Принимаем весь путь — от поиска мероприятия до записи.

# ЧТО ТАКОЕ ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ?

**Запись на экскурсию**

Имя

Анна

Телефон

+7 XXX XXX-XX-XX

Записаться

## Это уже персональные данные

Любая информация, позволяющая прямо или косвенно определить человека. Имя + телефон — очевидный пример.

«25 посетителей» — статистика, если нельзя определить людей.

Обработка: сбор → хранение → использование → передача → удаление.

Критерий — возможность определить конкретного человека.

# ТРИ ДОКУМЕНТА — ТРИ РАЗНЫЕ ЗАДАЧИ

## Политика

Что собираем, зачем и как обрабатываем. Доступна на страницах сбора данных.

## Согласие

Если оно является основанием обработки: отдельный документ с 01.09.2025. Действие посетителя должно подтверждаться.

## Условия покупки

Договор или оферта: условия приобретения и возврата билета доступны отдельно.

Согласие нужно не всегда: данные, необходимые для исполнения договора, могут обрабатываться на основании договора (ст. 6).

Политика не заменяет согласие. Согласие на рекламу — отдельный добровольный выбор.

# ОШИБКИ В ФОРМЕ ПОКУПКИ БИЛЕТА

## НЕПРАВИЛЬНО

**Купить билет на экскурсию**

Имя

Иван Иванов

Электронная почта

example@mail.ru

☑ Согласен с офертой, обработкой персональных данных и рекламной рассылкой

Все согласия объединены

**Купить билет**

**Галочка уже стоит**

## ПРАВИЛЬНО

**Купить билет на экскурсию**

Имя

Иван Иванов

Электронная почта

example@mail.ru

☐ Принимаю условия оферты

☐ Даю согласие на обработку данных

☐ Хочу получать рекламную рассылку

Необязательно

Политика обработки персональных данных

**Купить билет**

**Галочки ставит сам посетитель**

# МОЖНО ЛИ КУПИТЬ БИЛЕТ БЕЗ РЕКЛАМЫ?

## А / Всё одной галочкой

Имя и телефон

☑ Принимаю оферту, даю согласие на ПДн и рекламную рассылку

Купить билет

## Б / Раздельный выбор

Имя и телефон

☐ Принимаю условия договора

☐ Даю согласие на обработку ПДн*

☐ Хочу получать рекламу

Политика обработки данных

Купить билет

* Согласие на обработку ПДн — если требуется. Реклама — по желанию (ст. 18 № 38-ФЗ).

# ЧТО ПРОИСХОДИТ ПОСЛЕ НАЖАТИЯ КНОПКИ?

## 01 / Форма

Имя, контакт, число участников — только необходимые сведения.

## 02 / Система

Согласованная почта или система учёта. Где хранится база?

## 03 / Сотрудник

Кто получает заявку? Есть ли доступ у подрядчика?

Не просите паспорт без необходимости. Для записи детей и публикации их фото отдельно проверяйте правовые основания и полномочия представителей.

Уточните локализацию, сроки удаления, поручение обработки и уведомление Роскомнадзора.

# ЧТО НАПИСАТЬ И КАК ПРОВЕРИТЬ

| В техническом задании | При приёмке |
| --- | --- |
| Поля формы, цель и документы | Заполнить тестовую заявку, открыть ссылки. |
| Получатель, роли и права доступа | Проверить адрес доставки и доступ сотрудника. |
| Подтверждение согласия, если требуется | Получить запись о действии, дате и версии текста. |
| Реклама отдельно; хранение и удаление | Проверить покупку без подписки и порядок удаления. |

Учреждение определяет правила как оператор. Подрядчик реализует их на сайте.

# СКОЛЬКО СТОЯТ ОШИБКИ?

## 30–60 тыс. ₽

Нет доступной политики

Юрлицо • ч. 3

## 150–300 тыс. ₽

Незаконная обработка

Юрлицо • ч. 1

## 1–6 млн ₽

Нарушение локализации

Юрлицо • ч. 8

## 30–50 тыс. ₽

Нет обязательного уведомления РКН

Должностное лицо НКО • ч. 10

Размер зависит от состава и статуса нарушителя. За утечки предусмотрены отдельные санкции.

# GOOGLE FORMS: РИСК НАРУШЕНИЯ ЛОКАЛИЗАЦИИ ДАННЫХ

С 01.07.2025 сбор ПДн граждан РФ через зарубежные базы не допускается (ч. 5 ст. 18 № 152-ФЗ, кроме исключений).

## 1–6 млн ₽

Первое нарушение: учреждение

Юридическое лицо • ч. 8 ст. 13.11 КоАП

## 6–18 млн ₽

Повторное нарушение: учреждение

Юридическое лицо • ч. 9 ст. 13.11 КоАП

## 100–200 тыс. ₽

Первое нарушение: должностное лицо

Ч. 8 ст. 13.11 КоАП РФ

## 500–800 тыс. ₽

Повторное: должностное лицо

Ч. 9 ст. 13.11 КоАП РФ

Решение: форма на сайте или сервис с подтверждённой локализацией данных в РФ.

# КОМУ ПРИНАДЛЕЖАТ МАТЕРИАЛЫ?



# КАРТИНКА ИЗ ПОИСКА — НЕ БЕСПЛАТНАЯ

## Риск

Сотрудник скачал фото для бесплатного концерта. Отсутствие водяного знака и указание автора не дают автоматически права на публикацию. Возможна претензия правообладателя.



## Решение

Используйте фотографии, на которые у учреждения есть необходимые права, или материалы по лицензии, разрешающей нужный способ использования. Сохраняйте договоры, разрешения и условия лицензий. Проверяйте авторские права и правомерность использования изображений людей.

Часть IV ГК РФ: авторские права; отдельно право на изображение гражданина и ПДн.

# ЧТО ПЕРЕДАТЬ ВМЕСТЕ С ДИЗАЙНОМ?

## Фотографии и видео

Подтверждения прав фотографа, условия использования и публикации.

## Дизайн и 3D-тур

Объём прав: редактирование, публикация, передача другому подрядчику.

## Исходники

Перечень редактируемых файлов и форматов прямо в договоре.

Оплата работы не всегда равнозначна получению всех прав.

# РЕКЛАМА ИЛИ ИНФОРМАЦИЯ?

ДК публикует афишу спектакля на своей официальной странице:

дата, цена, ссылка на билет.

**А / Реклама** **Б / Информация**




Голосование: поднимите руку за вариант А или Б.

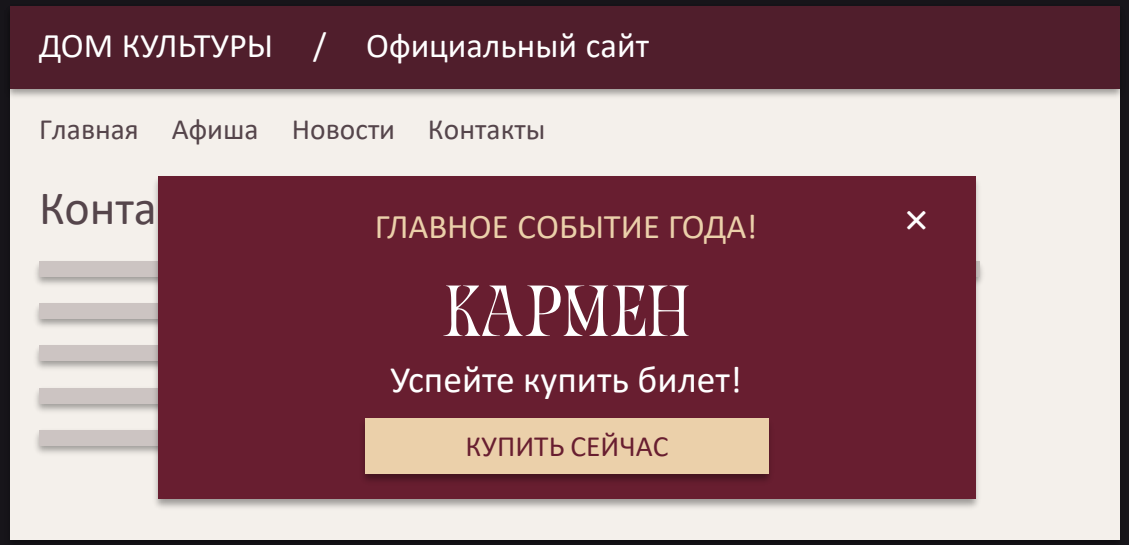
# КОГДА ИНФОРМАЦИЯ НА САЙТЕ СТАНОВИТСЯ РЕКЛАМОЙ?

## ОБЫЧНО НЕ РЕКЛАМА




Все мероприятия представлены одинаково: название, дата, стоимость, описание и покупка билета.

## МОЖЕТ БЫТЬ РЕКЛАМОЙ




Всплывающий баннер выделяет один спектакль на разных страницах и настойчиво призывает купить билет.

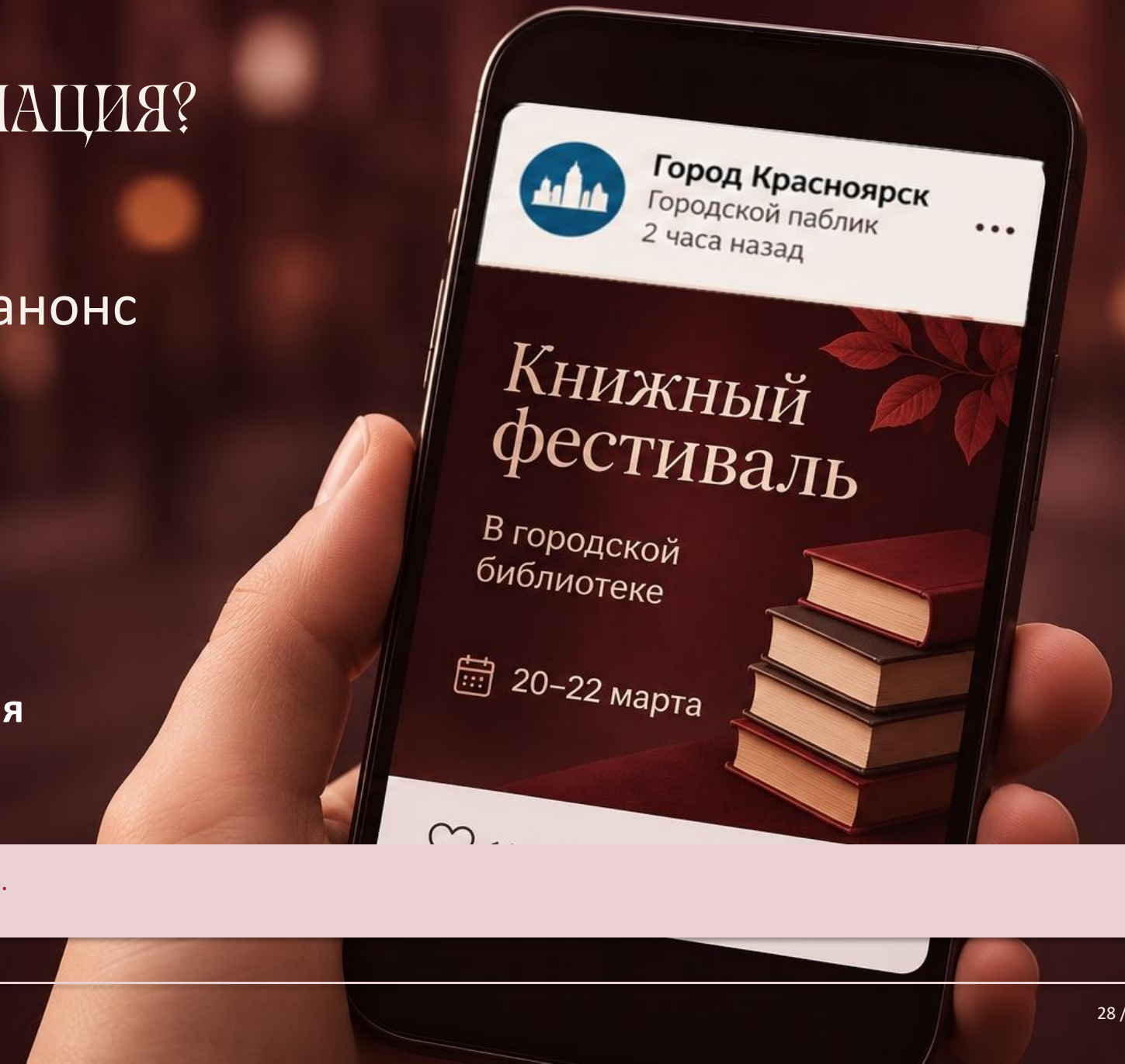
Важно: цена, кнопка покупки или баннер сами по себе не определяют, является ли материал рекламой.

# РЕКЛАМА ИЛИ ИНФОРМАЦИЯ?

Библиотека оплачивает анонс фестиваля в стороннем городском паблике.

**А / Реклама**

**Б / Информация**




Голосование: поднимите руку за вариант А или Б.

# ЧТО ВАЖНО УЧЕСТЬ?

Высока вероятность рекламы.

Проверяем маркировку и допустимость площадки.

Окончательная квалификация зависит от конкретного материала и контекста.

# ЧТО ПРЕДУСМОТРЕТЬ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

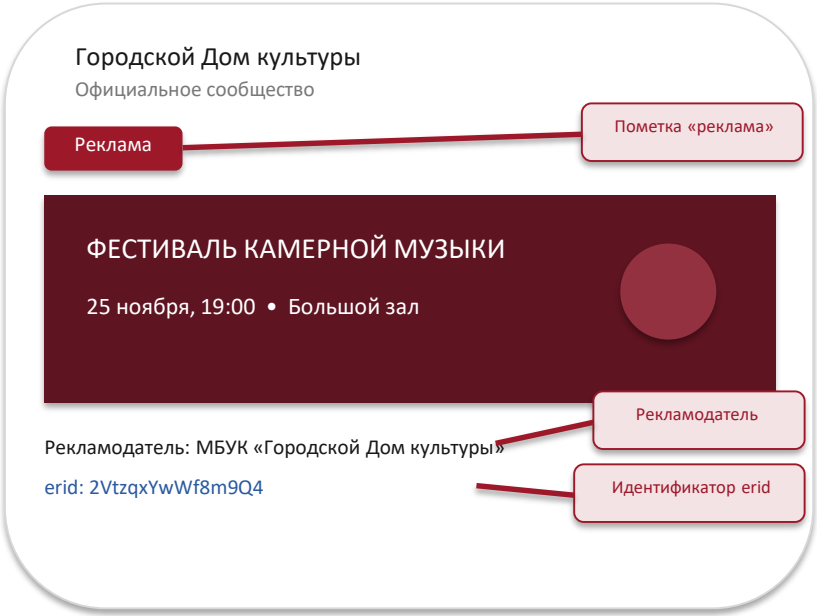
## До размещения

Проверить, относится ли материал к рекламе в вашей ситуации.

Определить рекламодателя и согласовать площадку размещения.

Получить идентификатор рекламы — erid.

## Как выглядит маркировка




## После публикации

Передать сведения через оператора рекламных данных (ОРД).

Сохранить отчёт, подтверждение размещения и статистику.

В договоре распределить обязанности и проверить, кто за что отвечает.

На рекламном объявлении должно быть видно: «реклама», сведения о рекламодателе и идентификатор erid. Макет демонстрационный.

# КАК ОПИСАТЬ РЕЗУЛЬТАТ?

# ОТ ПОЖЕЛАНИЯ К ПРОВЕРЯЕМОМУ ТЗ

## Плохо

«Современный, удобный, адаптивный сайт». Неясно, сколько шаблонов, какие функции и устройства проверять. Нельзя объективно доказать неудобство.

## Лучше

«Редактор самостоятельно создаёт карточку мероприятия, меняет дату, фото, цену и описание, публикует изменения без обращения к разработчику».

Приёмка: редактор создаёт тестовое событие, меняет дату и проверяет результат на сайте.

# ПЯТЬ ВОПРОСОВ ПЕРЕД РАЗРАБОТКОЙ

| | | |
|---|---|---|
| 01 | Кто будет пользоваться сайтом? | Зрители, читатели, родители, сотрудники. |
| 02 | Что должен сделать посетитель? | Найти событие, узнать условия, записаться или купить билет. |
| 03 | Какие действия выполняет сотрудник? | Обновлять афишу, документы и карточки самостоятельно. |
| 04 | Какие системы нужно подключить? | Билетная система, электронный каталог, формы записи. |
| 05 | Как узнаем, что работа выполнена? | Проверим согласованные действия на готовом сайте. |

Начинайте не с дизайна, а с задач посетителя и сотрудника.

# САЙТ ДОЛЖЕН ОСТАТЬСЯ УПРАВЛЯЕМЫМ

## CMS — система управления сайтом

Какие материалы сотрудник меняет сам: афиши, цены, новости, документы, карточки экспозиций.

## Роли

Администратор управляет настройками; редактор — контентом. Проверить разделение прав и восстановление доступа.

## Расходы

Лицензии, домен, хостинг, обновления и обслуживание после гарантии.

## Передача

Инструкция, обучение сотрудника на реальных задачах, доступы, резервные копии и порядок восстановления.

Разработка ≠ техническая поддержка ≠ наполнение ≠ развитие. Разделите объёмы и цену.

# 300 000 ₽ ИЛИ 700 000 ₽?

## Предложение А / 300 000 ₽

Включено: структура, дизайн, вёрстка, базовая система управления.

Отдельно: 150 карточек, лицензия, подключение билетов, обучение.

## Предложение Б / 700 000 ₽

Включено: те же работы, 150 карточек, лицензия, подключение билетов, обучение и проверка доступности.

300 и 700 тыс. ₽ — условные предложения, не рыночная оценка. Сначала выровняйте состав.

# ИЗ ЧЕГО СКЛАДЫВАЕТСЯ ЦЕНА САЙТА

## Проектирование

Структура, пользовательские сценарии, число уникальных макетов и адаптивных состояний. Согласование и правки.

## Разработка

Вёрстка, настройка CMS, лицензии, интеграции с билетной системой, каталогом или формой записи.

## Контент

150 карточек по одному шаблону — один тип страницы, но 150 операций наполнения. Оценить объём текстов и фото.

## Запуск и эксплуатация

Тестирование сценариев, доступность, обучение, передача, гарантия. Отдельно ежегодные расходы и сопровождение.

В каждой строке сметы: единица измерения, количество, стоимость, результат и налоги.

# ЧТО ЗНАЧИТ «СОЗДАТЬ 3D-ТУР»?

## Съёмка

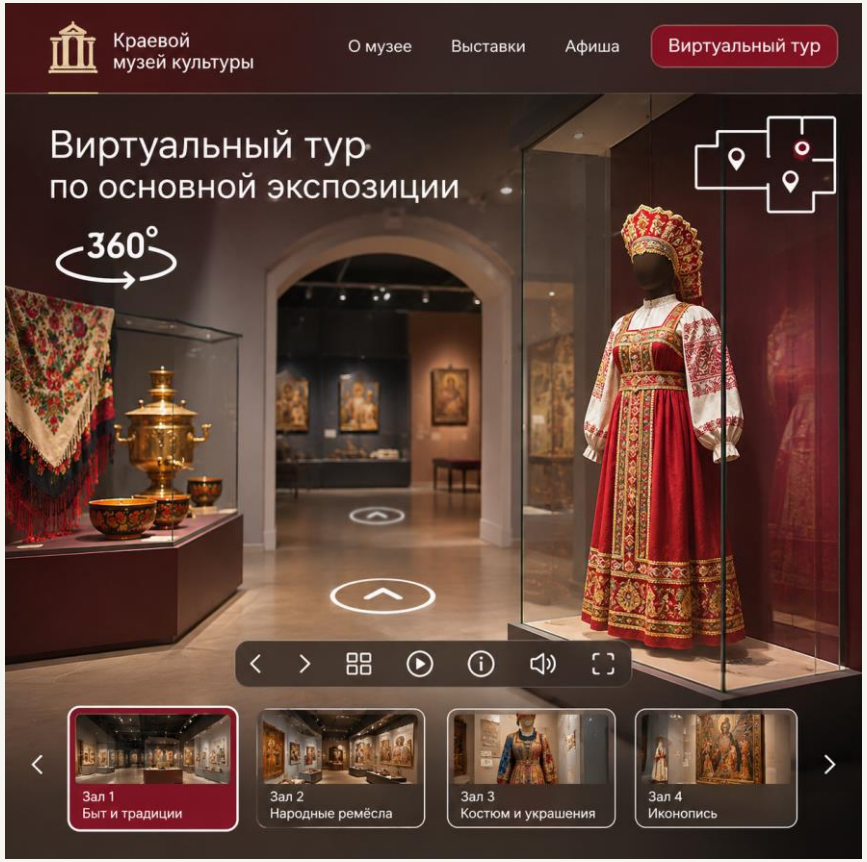
Число точек 360°, помещения, улица, аэросъёмка.

## Сборка

Переходы, подсказки, тексты, озвучка, мобильная версия.

## Передача

Исходные панорамы, права, возможность редактирования.




Без объёма и условий съёмки предложения несопоставимы.

# ОБЩИЙ СРОК — НЕ ПЛАН РАБОТ

У каждого этапа — свой срок, результат и точка согласования.

| 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Структура** | **Дизайн** | **Разработка** | **Наполнение** | **Тестирование** | **Передача** |
| Перечень разделов и функций | Утверждённые макеты | Функции и интеграции | Фото, тексты, документы | Проверка сценариев | Доступы, инструкции, запуск |

В графике работ фиксируем сроки этапов и порядок их согласования.

# СРОКИ ЗАВИСЯТ ОТ ОБЕИХ СТОРОН

| ЗАКАЗЧИК | ПОДРЯДЧИК |
| --- | --- |
| Передаёт материалы: фото, документы, тексты. | Заранее сообщает перечень материалов и сроки передачи. |
| Согласовывает структуру и дизайн. | Представляет результаты каждого этапа. |
| Даёт замечания в установленный срок. | Вносит согласованные правки и передаёт результат. |

До закупки согласуйте сроки ответа заказчика и порядок внесения правок.

# КАК УЛОЖИТЬСЯ В СРОК?

**60**
дней на сайт

**ПОДРЯДЧИК**

Дизайн и сайт готовы
Осталось наполнение

**ЗАКАЗЧИК**

Фото не переданы
Тексты задержаны на 2 недели

## ЧТО ПРЕДУСМОТРЕТЬ В ТЗ?

- Сроки передачи материалов
- Срок согласования дизайна
- Количество этапов правок
- Порядок действий при задержках

**Сроки зависят от выполнения обязательств обеими сторонами**

# КАК НЕ СОРВАТЬ СРОКИ?

| | | |
|---|---|---|
| 01 | **Передача материалов** | Например, фото и тексты — до 10-го дня работ. |
| 02 | **Согласование и правки** | Например, 3 рабочих дня на ответ, 2 этапа правок. |
| 03 | **Если есть задержка** | Уведомить другую сторону и зафиксировать причину и последствия. |

Срок контракта не продлевается автоматически. По 44-ФЗ — только на законных основаниях.

# ЗА ЧТО ПЛАТИМ В ПРОДВИЖЕНИИ?



# 20 ПУБЛИКАЦИЙ — ЭТО СКОЛЬКО?

## Плохо

«20 публикаций в месяц». Один текст на трёх площадках — одна публикация или три? Входит ли дизайн, согласование и фактическое размещение?

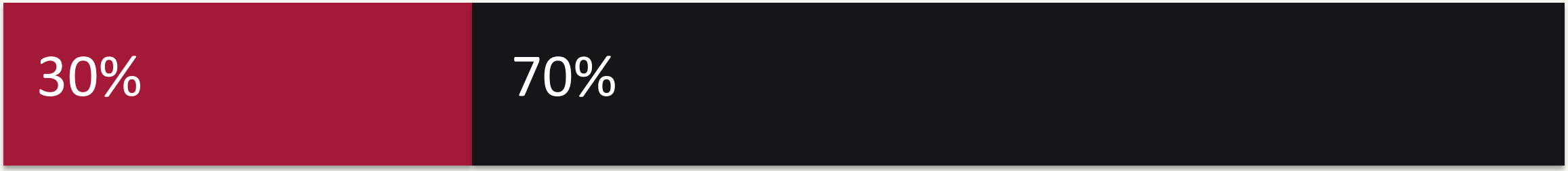
## Лучше

«8 оригинальных материалов: текст + изображение; 8 размещений в сообществе в месяц; один этап правок». Вводные — в согласованный срок.

Приёмка: 8 согласованных материалов, 8 ссылок на публикации, реестр дат размещения.

# КУДА УХОДЯТ 100 000 РУБЛЕЙ?

## 100 000 ₽




30 000 ₽ / услуги агентства

70 000 ₽ / рекламный бюджет

Пропорция условная, не рекомендация. Сравнивайте бюджет размещений и стоимость работ отдельно.

# ИСПОЛНЕНИЕ ≠ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

## Исполнение договора

Что сделал подрядчик?

- 8 текстов и 8 изображений
- 8 опубликованных постов
- Запуск рекламной кампании
- Отчёт и ссылки на публикации

## Эффективность

Что получило учреждение?

- Охват аудитории
- Переходы на сайт
- Регистрации на мероприятие
- Продажи билетов

Выполненные работы не всегда означают достижение желаемого эффекта.

KPI: показатель + период + источник + метод подсчёта + статус (обязательство или ориентир).

# КАКАЯ РЕКЛАМА ЭФФЕКТИВНЕЕ?

Задача библиотеки — привлечь участников книжного фестиваля.

30 000 ₽ — рекламный бюджет каждой кампании

| Показатель | Кампания А | Кампания Б |
|---|---|---|
| Показы рекламы | 100 000 | 50 000 |
| Переходы на сайт | 1 000 | 500 |
| **Регистрации** | **20** | **100** |
| **Стоимость регистрации** | **1 500 ₽** | **300 ₽** |

Все показатели условные. Сравниваем за одинаковый период.

Какую кампанию вы бы выбрали, если цель — привлечь участников фестиваля?

# КАК ПРИНЯТЬ РАБОТУ?



# ЧТО ОСТАЁТСЯ У УЧРЕЖДЕНИЯ?

## Контроль

Проверить вход в систему управления сайтом, домен, хостинг, аналитику и восстановление паролей.

## Материалы

Получить исходники по перечню договора, сведения о лицензиях, подтверждения прав и возможность использования.

## Эксплуатация

Инструкция редактора, обучение, резервные копии или порядок их получения, гарантия, прекращение доступа подрядчика.

## Сценарии

Сотрудник меняет афишу; посетитель отправляет заявку; проверяются мобильная версия и доступность в объёме ТЗ.

До приёмки проверьте комплект передачи и сценарии; проведите экспертизу, если применимо.

# КАКИЕ ПОДТВЕРЖДЕНИЯ ЗАПРОСИТЬ

## Контент

Перечень материалов: тема, дата согласования, текст и визуал в согласованных форматах.

## Размещения

Реестр: площадка, прямая ссылка, дата выхода, стоимость, срок сохранения, подтверждение публикации.

## Реклама

Отчёт: бюджет, фактический расход, статистика из согласованного источника, erid и подтверждения при применимости.

## Блогеры

Ссылки и подтверждения выхода, сохранение публикаций в течение согласованного срока.

Форму реестра, отчётный период и источники данных приложите к ТЗ.

# ЗАМЕЧАНИЕ ДОЛЖНО БЫТЬ ПРОВЕРЯЕМЫМ

## Слабое замечание

«Сайт неудобный». Непонятно, какое требование не выполнено.

## Конкретное замечание

Сотрудник не может самостоятельно изменить дату мероприятия без программиста, хотя это предусмотрено пунктом ТЗ.

Приёмка начинается в день написания технического задания.

# ПЯТЬ ДЕЙСТВИЙ УЖЕ ЗАВТРА

01 Пройти путь от афиши до записи на телефоне и с клавиатуры.

02 Проверить формы и права на фотографии.

03 Выяснить, у кого домен, хостинг и доступы.

04 Перевести пожелания в проверяемые действия.

05 Согласовать комплект передачи и отчёты до закупки.

ФИНАЛ

# ХОРОШЕЕ ТЗ — НЕ САМОЕ ДЛИННОЕ

По нему понятно, что нужно сделать,
сколько это стоит и как проверить результат.
Спасибо за внимание!

# ОСТАЛИСЬ ВОПРОСЫ?

## Давайте обсудим ваши проекты

Татьяна Зырянова

Тендерный специалист digital-агентства «Старта»

+7 (923) 322-62-38 / MAX

torgi@starta.ru

starta.ru

Написать в Telegram

@tatazyryanova

# САЙТЫ И ДОСТУПНОСТЬ

| НОРМАТИВНЫЙ АКТ / АКТИВНАЯ ССЫЛКА | ЧТО РЕГУЛИРУЕТ |
| --- | --- |
| Основы законодательства о культуре · ст. 36.2 | Информационная открытость организаций культуры |
| Приказ Минкультуры от 20.02.2015 № 277 | Содержание и форма обязательной информации |
| 273-ФЗ · ст. 29 | Открытость образовательных организаций |
| Приказ Рособрнадзора от 04.08.2023 № 1493 | Структура и формат сведений на сайтах |
| Постановление Правительства РФ от 07.02.2026 № 102 | Доступность официальных сайтов |

Перед закупкой проверьте действующие редакции и применимость норм к вашему учреждению.

# ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ, ПРАВА И РЕКЛАМА

| НОРМАТИВНЫЙ АКТ / АКТИВНАЯ ССЫЛКА | ЧТО РЕГУЛИРУЕТ |
|---|---|
| 152-ФЗ · ст. 3, 6, 9, 18, 18.1, 19, 22 | Обработка, согласие, локализация и защита ПДн |
| КоАП РФ · ст. 13.11 | Ответственность за нарушения обработки ПДн |
| ГК РФ · часть IV | Авторские и исключительные права |
| ГК РФ · ст. 152.1 | Охрана изображения гражданина |
| 38-ФЗ · ст. 3, 5, 18, 18.1 | Реклама, рассылки, маркировка |
| Приказ Роскомнадзора от 25.03.2025 № 68 | Требования к идентификатору рекламы (erid) |
| ФАС · письмо 09.04.2025 / 27.04.2023 | Разграничение рекламы и информации |

Перед закупкой проверьте действующие редакции и применимость норм к вашему учреждению.

# ЗАКУПКИ И ИСПОЛНЕНИЕ КОНТРАКТА

| НОРМАТИВНЫЙ АКТ / АКТИВНАЯ ССЫЛКА | ЧТО РЕГУЛИРУЕТ |
| --- | --- |
| 44-ФЗ · ст. 15 | Особенности закупок отдельными учреждениями |
| 44-ФЗ · ст. 22 | Обоснование начальной цены контракта |
| 44-ФЗ · ст. 33 | Описание объекта закупки |
| 44-ФЗ · ст. 34 | Условия контракта |
| 44-ФЗ · ст. 94 | Исполнение и приёмка |
| 44-ФЗ · ст. 95 | Изменение и расторжение контракта |
| 223-ФЗ · ст. 2–4 | Правила закупок и информационное обеспечение |

Перед закупкой проверьте действующие редакции и применимость норм к вашему учреждению.

# ПЯТЬ СТРОК ДЛЯ БУДУЩЕГО ТЗ

| | |
|---|---|
| Функция | Что посетитель или сотрудник должен уметь делать. |
| Объём | Шаблоны, карточки, публикации, площадки, интеграции. |
| Ответственность | Кто передаёт материалы и обеспечивает правовые основания. |
| Приёмка | Сценарий проверки, статистика, файлы и доступы. |
| Эксплуатация | Лицензии, хостинг, копии, обучение, гарантия и сопровождение. |

# ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ: ЧТО В ТЗ

## Структура

Исполнитель создаёт разделы согласно утверждённому заказчиком перечню обязательной информации.

## Документы

Редактор самостоятельно размещает, заменяет и удаляет документы; указывает название, дату и описание.

## Материалы

Заказчик передаёт перечень сведений и актуальные документы в согласованные сроки.

## Приёмка

Сверяем структуру с перечнем, проверяем открытие документов и самостоятельное обновление редактором.

Пример формулировок: адаптируйте к статусу учреждения и конкретному договору.

# ДОСТУПНОСТЬ: МИНИ-ЧЕК-ЛИСТ

## Афиша

Название, дата, время, стоимость и условия участия доступны текстом, а не только внутри изображения.

## Навигация

С клавиатуры можно открыть меню, выбрать событие, перейти к записи. Фокус видим.

## Форма

Поля имеют понятные доступные названия; пользователь может заполнить и отправить форму без мыши.

## Проверка

Пройти путь от выбора события до записи с клавиатурой и экранным доступом; зафиксировать результаты.

Чек-лист — часть сценарной проверки, не полный перечень требований постановления № 102.

# ПДН: ЧТО ПРОВЕРЯТЬ ПЕРЕД ЗАПУСКОМ

## Документы

Доступна политика; согласие при необходимости оформлено отдельно. Указаны реквизиты оператора и контакты.

## Форма

Поля соответствуют цели. Обязательные и необязательные действия разделены; рекламный выбор добровольный.

## Подтверждение

Если основание — согласие, фиксируются дата, версия текста и действие пользователя; есть способ отзыва.

## Данные

Определены место хранения, получатели, полномочия, удаление и условия обработки подрядчиком.

Учреждение как оператор отвечает за законность обработки. Техническая галочка сама по себе недостаточна.

# РЕЕСТР РАЗМЕЩЕНИЙ: ПРИМЕР

## Площадка и материал

Городской паблик А | Анонс выставки | ссылка на публикацию

## Дата и срок

Дата выхода: 12.11 | Срок сохранения: 30 дней (если предусмотрено договором)

## Стоимость и статистика

5 000 ₽ | 12 000 просмотров | источник: статистика площадки на согласованную дату

## Маркировка

При применимости — erid, сведения о рекламодателе, подтверждение передачи данных через ОРД.

Все числа и площадки условные. Реестр подтверждает размещение; показатели проверяются по источнику.

# ПРОТОКОЛ ПРОВЕРКИ САЙТА

## Требование ТЗ

Редактор самостоятельно меняет дату и описание мероприятия.

## Сценарий

Войти с ролью редактора → открыть карточку → изменить дату → сохранить → проверить страницу.

## Ожидаемый результат

На публичной странице отображается новая дата; действие не требует доступа разработчика.

## Если не выполнено

Зафиксировать пункт ТЗ, шаг, фактический результат и подтверждение; передать замечание по договорному порядку.

Шаблон протокола: требование → сценарий → ожидаемый результат → факт → статус.