

Термины и определения к договору (Публичная оферта) на оказание рекламных услуг.

Баннер - статическое или анимированное изображение (графический блок) определенного размера, формата и технологии создания, в том числе:

HTML-баннер - html документ, который несет в себе коды для отображения графики, текста, скрипты, формы;

Pop-under - баннер, открывающийся в отдельном окне под страницей Сайта;

Pop-up - баннер, открывающий поверх просматриваемой страницы окно браузера с рекламным носителем;

Expanding - баннер, раскрывающийся до своего полного размера при наведении на него курсора мыши.

Завершенное размещение - размещение, завершенное в связи с исчерпанием определенных Сторонами периода размещения, количества показов или кликов.

Издатель – владелец Сайта в сети Интернет, лицо, обладающее правом администрирования доменного имени, к которому технически привязан Сайт.

Интернет-сайт (веб-сайт, сайт, площадка) - совокупность средств и информации, предназначенной для публикации в сети Интернет и отображаемой в определенной текстовой, графической или звуковой формах, в рамках которой производится размещение Рекламных материалов. Интернет-сайт имеет уникальный электронный адрес (доменное имя и IP-адрес), позволяющий идентифицировать Интернет-сайт и осуществлять доступ к нему.

Интернет-страница – интегральная часть Интернет-сайта, имеющая свой адрес, производный от адреса Интернет-сайта.

Клик - действие Потребителя, которое совершается по отношению к ссылке\баннеру путем нажатия ссылку/баннер для дальнейшего перехода на установленный ресурс.

Контекстная реклама – способ размещения рекламных материалов в соответствии со списком целевых запросов (**ключевые слова, поисковые фразы**) или тематик в результатах поиска поисковых систем и на сайтах-партнерах, вид рекламы, который показывается пользователю в результатах поиска в соответствии с его поисковым запросом или в контексте его тематики на сайтах-партнерах поисковой системы. Контекстная реклама размещается по модели оплаты за переход/ клик на сайт рекламодателя. Стоимость перехода не является фиксированной и зависит: от позиции, на которой показывается объявление, от ставок других рекламодателей, кликабельности самого объявления. Поскольку контекстная реклама работает по принципу аукциона, цена клика постоянно меняется.

Медийная реклама — это реклама, размещаемая на сайтах в виде динамических анимированных баннеров (форматы flash, gif) или текстографических блоков (картинка + текст) и ссылкой на сайт клиента. Данный вид рекламы размещается с оплатой за тысячу показов (долю показов), клик или период размещения (день, неделя, месяц).

Медиаплан (План рекламной кампании) - условия проведения Рекламной кампании, включающие:

- адреса Интернет-ресурсов и/или Интернет-страниц соответствующих Интернет-ресурсов;
- описание позиций на соответствующих Интернет-страницах/разделах;
- формат размещения (баннер, текст, текст-графический блок);
- вид размещения (статика, динамика по показам, динамика по кликам);
- количество/частоту показов, количество переходов и (или) длительность размещения рекламы;
- иные параметры размещения Рекламы по согласованию с Заказчиком.

Незаконная реклама – недобросовестная, недостоверная или ненадлежащая реклама, запрещенная действующим законодательством РФ, применимыми обычаями делового оборота, правилами участников рынка рекламных услуг

Объект рекламы - товар, средства индивидуализации юридического лица или товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, услуги, работы, на привлечение внимания, к которым направлена Реклама

Параметры размещения – специальные условия, определенные для размещения конкретных рекламных материалов, в том числе:

Геотаргетинг - задает географический охват посетителей, на которых нацелена рекламная кампания;

Социально-демографический таргетинг – фокусировка на пользователей по полу, возрасту, социальным характеристикам;

R&F – ограничение показов уникальному пользователю в рамках одного размещения/рекламной кампании;

Динамическое размещение (динамика) – способ размещения, при котором рекламный материал отображается соответствующее количество раз (для показов) или достигается определенное количество переходов на сайт (для кликов);

Статическое размещение (статика) - размещение и показ информационных материалов на определенном Интернет-ресурсе, на фиксированном месте, формате в течение определенного периода времени (день, неделя, месяц).

Потребитель - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама, покупатели товара, потребители услуг или работ Рекламодателя.

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. **В целях Договора** под Рекламой понимается **Интернет-реклама** – реклама в сети Интернет, информация, распространяемая в сети Интернет, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке

Рекламная кампания – совокупность мероприятий по размещению Рекламы в сети Интернет, сроки, объем, стоимость и порядок осуществления которой согласованы Сторонами в Приложениях к Договору.

Рекламные услуги - осуществляемые Исполнителем действия по подготовке к размещению (созданию), размещению и обеспечению фактического наличия Рекламных материалов на Интернет-сайтах, в том числе: медиапланирование (разработка медиа-стратегии, Плана проведения рекламной кампании и размещения Рекламных материалов); создание и/или подготовка к размещению, фактическое размещение Рекламных материалов в соответствии с медиапланом; мониторинг размещения и сбор статистики по позициям размещения Рекламных материалов; составление отчета по результатам размещения; иные услуги, связанные с рекламой в сети Интернет.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара, работ, услуг, либо иное лицо, определившее объект рекламирования или содержание рекламы

Рекламоноситель (рекламные материалы) – в целях Договора, под рекламоносителем (рекламными материалами) понимается объект интеллектуальной собственности, созданный с использованием информационных/цифровых технологий: визуальное, аудиовизуальное, текстовое, комбинированное произведение.

Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее создание рекламных материалов

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств

Сеть Интернет (Интернет) - всемирная глобальная компьютерная сеть общего доступа.

Текстовый блок - форматируемый текст, включаемый в Интернет-страницу;

Тексто-графический блок - информационный блок, состоящий из форматируемого текста и неформатируемого графического изображения определенного формата;

Формат (размер) рекламоносителя – применимые в соответствии с обычной практикой размещения рекламы в сети Интернет размерные параметры рекламного материала. Допускается указание формата рекламоносителя в пикселях (по умолчанию) или иных согласованных сторонами единицах измерения.

Формат файла рекламоносителя – формализованная структура данных рекламного материала, читаемая и воспроизводимая применимым программным обеспечением, которое

обеспечивает корректное отображение рекламного материала на мультимедийных устройствах при загрузке содержимого сети Интернет. Формат рекламоносителя указывается как аббревиатура, соответствующая расширению файла с данными рекламоносителя (.jpg, .swf, .gif, .doc, .txt, .html, .avi, .mov, и другие применимые).

**Индивидуальный предприниматель Новиков Артем Юрьевич, ИНН: 165047944163
ОГРНИП: 318505300025164**

Адрес местонахождения: г. Москва, Садовническая наб., д.9

Тел.: +7 (929) 999-31-37, www.mytargetbox.ru, e-mail: info@mytargetbox.ru