

## FAQ: Применимые термины и определения

**AdX** – программа Google DoubleClick Ad Exchange.

**Cost per Click (CPC)** – ценовая модель, согласно которой стоимость размещения рекламы определяется за один клик по рекламному материалу, совершенный пользователем.

**Cost per Mile (CPM)** – ценовая модель, согласно которой стоимость размещения рекламы определяется за тысячу показов рекламных материалов.

**HTML-код** – уникальный для каждой рекламной площадки фрагмент кода, устанавливаемый на рекламной площадке.

**Баннер** – общий термин, обозначающий вид рекламного носителя в сети Интернет, изображение, как правило, рекламного содержания, при клике на которое открывается рекламируемая веб-страница.

**Баннерная реклама** – баннер, который одновременно несет информацию о рекламируемом продукте и содержит ссылку на сайт рекламодателя (или отдельную страницу сайта), где пользователь может получить более полную информацию о товаре или услуге.

**Веб-страница** – логическая единица сети Интернет (HTML-файл) однозначно определяемая адресом (URL).

**Клик** – действие, результатом которого является переход на страницу сайта рекламодателя.

**Личный кабинет** – интерфейс системы управления рекламой, с помощью которого осуществляется контроль за статистикой показов/кликов, отслеживается ход рекламной кампании и проверяется состояние баланса счета, защищенный логином и паролем, индивидуальным для каждого лица.

**Медиаплан** – план проведения рекламной кампании рекламодателя с указанием количества показов и стоимости показов рекламных материалов, периода (срока начала и окончания) рекламной кампании, а также иной необходимой для проведения рекламной кампании информации, формируемый и доступный в личном кабинете.

**Отчет о размещенных материалах** – условия размещения рекламных материалов, включающие: описание рекламных мест на рекламной площадке; количество/частоту показов и (или) длительность размещения рекламы; информационный носитель; объект рекламирования; вид размещения; иные параметры размещения рекламы.

**Отчетный период** – один календарный месяц.

**Публишер** – собственник информационного ресурса, в том числе сайта, в сети Интернет, обеспечивающий условия для размещения рекламы (рекламных материалов) на принадлежащем ему ресурсе (сайте).

**Показ** – одна демонстрация рекламного материала на рекламной площадке в соответствии с выбранными настройками.

**Реклама rich media** – тип представления рекламных носителей в сети Интернет, характеризующийся высоким уровнем зрелищности, интерактивности и широкой функциональностью.

**Рекламная кампания** – размещение рекламных материалов рекламодателя в рекламной сети в согласованном объеме, в течение определенного времени, с применимыми настройками таргетинга.

**Рекламная площадка** – веб-страница (или группа веб-страниц), сайт, рекламная сеть, баннерообменная сеть и т.п., на/в которой (-ом) могут быть размещены рекламные материалы.

**Рекламная сеть** – онлайн-сервис, объединяющий различные сайты, и позволяющий рекламодателям размещать на них рекламные материалы.

**Рекламное место** – место, выделенное на рекламной площадке для размещения рекламных материалов.

**Рекламные материалы, реклама** – информация об объекте рекламирования, размещенная в сети Интернет, направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и (или) его продвижения на рынке. Рекламные материалы могут быть представлены в виде баннерной, тизерной, мобильной, текстовой рекламы или видеороликов.

**Рекламодатель** – юридическое (физическое) лицо или индивидуальный предприниматель, размещающие рекламу на рекламных площадках.

**Сайт** – совокупность веб-страниц, объединенных общим корневым адресом.

**Система управления рекламой (СУР)** – программно-аппаратный комплекс, позволяющий управлять рекламными материалами, размещенными в сети Интернет, и осуществлять сбор статистических данных о рекламных материалах (статистика показов, статистика кликов, информация о количестве посетителей сайта, числе просмотренных страниц, о времени посещения, о длительности пребывания на сайте и т.п.).

**Таргетинг** – механизм, позволяющий выделить из всей аудитории только целевую аудиторию, которая удовлетворяет заданным критериям (возраст, пол, место пребывания и другие критерии), и показывать информацию только ей.

**Товарная (тизерная) реклама** – формат рекламы, который позволяет отображать информацию о товаре или услуге, такую как изображения, символы, название, стоимость, краткое описание, а также название магазина или компании.

**Уникальный посетитель** – пользователь сети Интернет, совершивший визит на сайт с конкретного IP-адреса и с помощью определенного браузера впервые в течение определенного срока (суток, последнего часа и т.п.).

**Учетная запись (аккаунт)** – интерфейс на сайте рекламной сети, отображающий сведения, необходимые для идентификации рекламодателя или публичера при подключении к рекламной сети (индивидуальный номер, имя пользователя и пароль) и: а) учетную информацию, позволяющую рекламодателю управлять показами своих рекламных материалов в рекламной сети; б) учетную информацию о количестве показов рекламных материалов и кликов по ним, на сайтах рекламной сети и состоянии денежного счета публичера.

**Учетная информация** – комбинация логина и пароля, с помощью которой предоставляется доступ к учетной записи.