



Глосарій ринку інтернет-реклами

All-roll All-roll	Цифрова відеореклама у відеоплеєрі, яка запускається одночасно у форматах pre-roll , mid-roll , pause-roll , post-roll із єдиною частотою показів
Avi Avi	Audio Video Interleave — один із форматів відеофайлів, який може містити аудіо- та відеодані в одному файлі, що дозволяє синхронізувати їх під час програвання. Переважно має розширення .avi
Catfish Catfish	Рекламний формат у вигляді банера на базі флеш -технології, який розміщується у нижній частині вікна браузера по всій його ширині та закріплюється у вікні браузера , тому залишається нерухомим при прокручуванні сторінки сайту. Catfish належить до нестандартних рішень
Content-roll Content-roll	Рекламний формат, що складається з відеоролика та банера , який з'являється після показу відео. Зазвичай розміщується на сайтах новин після основного контенту (новин, статей). Content-roll належить до нестандартних рішень
Data management platform (DMP) Data management platform (DMP)	Програмний комплекс, призначений для управління даними , який дозволяє збирати сегментувати та аналізувати дані для подальшої оптимізації таргетування реклами . Рекламодавці та агентства зазвичай використовують DMP для ефективнішої закупки рекламних послуг, у той час як для видавців DMP, у першу чергу, дає можливість сегментації своєї аудиторії та ефективнішого продажу інвентарю
Demand-side platform (DSP) Demand-side platform (DSP)	Програмно-апаратний комплекс для розміщення реклами , який забезпечує централізацію закупок рекламних послуг із різних джерел, включаючи рекламні біржі та мережі , sell-side-platform-и та окремі сайти , у режимі реального часу, застосовуючи уніфіковану систему таргетингу , оптимізації за різними критеріями ефективності та єдиною звітністю
Fla Fla	Один із форматів мультимедійних векторних файлів, який використовують для демонстрації інтерактивної анімації на веб-сторінці . Переважно має розширення .fla
Flv Flv	Flash Video формат файлу, який використовують для передачі відео через інтернет . Переважно має розширення .flv, .f4v, .f4p, .f4a или .f4b
Gif Gif	Graphics Interchange Format — один із форматів растрових графічних зображень, що підтримує прозорість і анімацію. Переважно має розширення .gif



Gross rating point (GRP) Gross rating point (GRP)	Показник, який використовують для вимірювання охоплення аудиторії рекламним повідомленням. Розраховують його шляхом множення відсотку охопленої аудиторії і частоти її контакту з рекламою
HTML-кодер HTML coder	Спеціаліст, що реалізовує проект у вигляді HTML-коду , враховуючи всі особливості стилю та графічного оформлення, попередньо розробленого веб- дизайнером . Створений HTML -код має коректно відображатися в усіх популярних браузерах , при різних роздільних здатностях та кількості кольорів монітору
Hypertext markup language (HTML) Hypertext markup language (HTML)	Набір кодів, що називаються тегами розмітки, у звичайному текстовому файлі. Вони визначають, яка інформація на даний момент отримується і як вона обробляється браузером . Браузери отримують сторінки HTML із інтернету та використовують цю інформацію для відтворення тексту, графіки, посилань та інших елементів у тому вигляді, в якому вони визначені набором кодів HTML
IP-адрес IP address	Числова адреса, присвоєна кожному пристрою, підключеному до інтернет для того, щоб його місцерозташування та дії могли бути виділені серед інших комп'ютерів
Java Java	Мова програмування, розроблена для створення інтернет-додатків. Передбачає розширені можливості, збільшення деталей анімації та оновлення в режимі реального часу. Невеликі Java-додатки (аплети) можуть бути завантажені з сервера та активовані за допомогою Java-сумісних браузерів
Jpeg, jpg Jpeg, jpg	Один із форматів растрових зображень, що використовує стиснення для зменшення об'єму графічних файлів. Переважно має розширення .jpeg, .jif, .jpg, .JPG, или .JPE
Mid-roll Mid-roll	Рекламний формат у вигляді відеоролика, який демонструється у відеоплеєрі під час показу основного відеоконтенту, що переглядає користувач
Mp4 Mp4	Формат медіа-контейнера, що є частиною стандарту MPEG-4, який використовується для упаковки цифрових відео- та аудіопотоків, субтитрів, постерів та метаданих. Передбачає можливість здійснення потокової трансляції через інтернет . Файли даного формату переважно мають розширення .mp4
Mpeg Mpeg	Формат файлів, що використовується для компресії та передачі фільмів та кліпів в інтернет



Overlay реклама Overlay ad	Формат цифрової відеореклами , яка розміщується на напівпрозорому шарі, накладеному на відеоролик у нижній частині екрану відеоплеєра. Демонструється паралельно з основним відеоконтентом
Pause-roll Pause-roll	Рекламний формат у вигляді відеоролика, який демонструється у відеоплеєрі під час зупинки відтворення відеоконтенту за ініціативою користувача , (наприклад, натисненні на кнопку «пауза»). Pause-roll належить до цифрової відеореклами
Pdf Pdf	Формат файлів, розроблений компанією Adobe, що використовується для відображення документів незалежно від програмного забезпечення, операційної системи чи технічних характеристик пристрою
Pop-up реклама Pop-up ad	Нестандартне рішення у вигляді реклами , яка демонструється над вікном браузера, що відкрите у даний момент
Post-roll Post-roll	Рекламний формат у вигляді відеоролика, який демонструється у відеоплеєрі після показу основного відеоконтенту, який переглянув користувач . Post-roll належить до цифрової відеореклами
PPC-менеджер PPC manager	Спеціаліст, який відповідає за розробку, координацію та аналіз медіа-кампаній , що розміщуються за моделлю з оплатою за клік (pay-per-click), а також, за звітність по факту їх розміщення
Pre-roll Pre-roll	Рекламний формат у вигляді відеоролика, що демонструється у відеоплеєрі до початку показу основного відеоконтенту, який користувач планує переглянути. Pre-roll належить до цифрової відеореклами
Really simple syndication (RSS) Really simple syndication (RSS)	1) Процес публікації контенту шляхом його переміщення від одного ресурсу до іншого. Наприклад, статті на сайті новин можуть бути опубліковані у вигляді RSS-фіда та передані для подальшої публікації на порталі 2) Формат передачі інформації (експорту даних) в інтернеті , який доставляє контент та інформацію з багатьох джерел та розміщує їх в єдиному графічному інтерфейсі користувача
Real-time bidding (RTB) Real-time bidding (RTB)	Система закупівель інвентарю в режимі реального часу, що дозволяє враховувати характеристики користувачів (наприклад, демографічні чи поведінкові)
Run-of-Site (ROS) Run-of-Site (ROS)	Вид розміщення, що передбачає показ реклами по всьому сайту видавця , часто за нижчою вартістю для рекламодавця , ніж за умови показу реклами тільки у певних розділах чи на веб-сторінках сайту



Screenlide Screenlide	Рекламний формат, що належить до нестандартних рішень . Являє собою банер стандартного розміру, при наведенні на який курсору миші демонструється інший банер , більшого розміру, що перекриває контент сторінки. При пересуванні курсору миші, банер повертається до своєї первинної форми
Sell-side platform (SSP) Sell-side platform (SSP)	Технічна платформа для видавців , що дозволяє централізувати та автоматизувати продаж інвентарю за найвигіднішою ціною в режимі реального часу
Swf Swf	Один із форматів відеофайлів, призначений для збереження та розміщення флеш-анімації , векторної графіки, відео- та аудіоінформації в інтернеті . Переважно має розширення .swf
Target rating point (TRP) Target rating point (TRP)	Показник, який використовують для вимірювання охоплення цільової аудиторії рекламним повідомленням. Розраховується шляхом перемножування відсотку охопленої цільової аудиторії та частоти її контакту з рекламою
User-generated content (UGC) User-generated content (UGC)	Контент , створений користувачем самостійно, без подальшої професійної обробки, та опублікований в інтернеті
Екаунт-менеджер Account manager	Спеціаліст у рекламному агентстві , який безпосередньо веде комунікацію з рекламодавцем , організовує та об'єднує всі процеси всередині агентства , забезпечує реалізацію проектів вчасно та у необхідному обсязі
Аналітик, менеджер по дослідженням Analyst, research manager	Спеціаліст, який збирає, зводить та аналізує дані, на основі яких дає рекомендації щодо вирішення проблем бранда чи послуги, просування продукту чи підвищення ефективності робіт
Аніматор Animator	Спеціаліст, який створює графіку для лінійної покадрової анімації і в подальшому збирає її в анімаційний ролик
Аудиторія Audience	Користувачі , описані за допомогою соціально-демографічних характеристик
Аукціон Auction	Процес вибору рекламного повідомлення для його показу користувачу , виходячи зі ставок, що зроблені рекламодавцем



Бан Ban	<p>1) Вид санкцій, що застосовується до видавця пошуковою системою чи системою управління рекламою за використання нелегальних, нечесних прийомів чи порушення правил, що може передбачати заборону сайту для індексації і видалення його з бази чи припинення партнерських стосунків із видавцем</p> <p>2) Один зі способів контролю дій користувачів, який полягає в позбавленні чи обмеженні його можливостей використовувати функціонал сайту. Наприклад, права на створення нових повідомлень або тем на форумі, на коментування у блогі тощо</p>
Банер Banner	<p>Реклама у вигляді графічного повідомлення, розміщеного на веб-сторінці. Банер може мати посилання, у випадку натиснення на яку, користувач переходить на рекламований сайт або на сторінку, яка містить розгорнуту інформацію про товар чи особу, що рекламується</p>
Банер-компаньйон Companion ad	<p>Супроводжуючий банер, який демонструється разом із рекламою всередині потокового відео. Належить до цифрової відеореклами</p>
Банерна реклама Display ads	<p>Розміщення анімованого чи статичного банера на сайті видавця з чи без можливості подальшого переходу на сторінку рекламодавця. Може містити різноманітні стандартні банерні рішення, текстово-графічні блоки в т. ч. у соціальних та тизерних мережах</p>
Бартер Barter	<p>Прямий безгрошовий обмін товарами чи послугами</p>
Бізнес для бізнесу Business to business (B2B)	<p>Модель ведення бізнесу, за якої компанії взаємодіють із іншими компаніями (тобто, їх основні покупці — це інші компанії)</p>
Бізнес для споживача Business to consumer (B2C)	<p>Модель ведення бізнесу, за якої компанії взаємодіють із приватними особами (тобто, їх основні покупці — приватні особи (споживачі))</p>
Блог Blog	<p>Блог — веб-сайт, що складається з окремих записів (постів), як правило, відображених у зворотному хронологічному порядку, де останній запис з'являється в першу чергу. Зазвичай блог — це робота однієї людини, у той самий час, наприклад, корпоративні блоги часто мають декількох авторів.</p> <p>Зазвичай блоги фокусуються на одній тематиці, що об'єднує спільноту зацікавлених читачів, які взаємодіють між собою шляхом коментування постів автора блогу</p>



Бонусні покази Bonus impressions	Додаткові покази реклами понад заявлених у замовленні на розміщення
Браузер Browser	Програмне забезпечення для перегляду веб-сайтів , тобто для запиту веб-сторінок з інтернету , їх обробки, виведення та переходу від однієї сторінки до іншої. Виступає як графічний інтерфейс користувача , являючи собою комплексний додаток для обробки всіх елементів веб-сторінок
Брендування Branding	Вид спонсорства , який передбачає інтеграцію візуальних елементів або спонсорських матеріалів у зміст сайту видавця , наприклад, адаптація дизайну під торговельну марку або додавання спеціальних розділів під потреби спонсора
Вертикальний банер Vertical banner, skyscraper	Високий вузький банер , який розміщується по вертикалі. Належить до банерної реклами
Відео по запити (VOD) Video-on-demand (VOD)	Система індивідуальної доставки телевізійних програм і фільмів цифровою, кабельною, супутниковою або ефірною телевізійною мережею з мультимедіа серверу в різноманітних мультимедіа контейнерах (наприклад, MPEG , AVI , FLV , MKV або QuickTime) на пристрій користувача за його замовленням
Відеореклама на сторінці In-page video ads	Реклама , розміщена у формі відеоматеріалів поза відеоплеєром у т.ч. в місцях зазвичай призначених для банерної реклами . Відеореклама на сторінці належить до нестандартних рішень і не належить до цифрової відеореклами
Вірусний маркетинг Viral marketing	Реклама , яка просуває сама себе. Рекламний або маркетинговий хід, що складається з розміщення контенту , який копіюється і розповсюджується, як вірус, від користувача до користувача , зусиллям самих користувачів
Повернення на інвестицію Return on investment (ROI)	Фінансовий показник, який демонструє рівень рентабельності вкладеного капіталу. Показник вираховується як співвідношення отриманого чистого прибутку до обсягу вкладень (інвестицій)
Можливість побачити повідомлення Opportunity to see (OTS)	1) Успішне відображення веб-сторінки на дисплеї пристрою користувача 2) Кількість разів, яку користувач контактував із показом реклами , мав можливість перегляду цієї реклами
Час на сайті Visit duration	Тривалість перебування користувача на сайті як правило розраховується як сума часу, проведеного на сторінках веб-сайту



Генеральна сукупність General population	Сукупність всіх об'єктів (одиниць), які вивчаються
Гіперпосилання, посилання Link, hyperlink	Клікабельний текст, наприклад, на сайті або в електронному листі, який при активації направляє користувача на нову URL-адресу
Глибина перегляду Page depth	Кількість переглянутих користувачем сторінок протягом одного відвідування (однієї сесії) сайту
Горизонтальний банер Horizontal banner	Довгий вузький банер , розміщений по горизонталі. Належить до банерної реклами
Графічний інтерфейс користувача Graphical user interface (GUI)	Спосіб надати користувачам можливість взаємодіяти з пристроєм, використовуючи графічні ікони, мишку та/або сенсорний екран, а не інтерпретатор командної стрічки
Дані Data	Представлена в електронному вигляді інформація, придатна для використання на комп'ютері
Демографічні дані Demographics	Характеристики аудиторії, які описують її соціально-економічний стан. Обов'язковим параметром демографічних даних є стать, вік та місце проживання. Також часто можуть використовуватись такі параметри, як матеріальне становище, сімейний стан, наявність дітей, освіта, зайнятість тощо
Діджитал стратег Digital strategist	Маркетинг-стратег із досвідом роботи у сфері інтернет-реклами. Аналізує ринок, визначає цільову аудиторію , модель її поведінки онлайн та офлайн, також розробляє маркетингову стратегію онлайн-присутності бренду. Діджитал стратег допомагає визначити оптимальний набір інструментів для ефективного досягнення цілей бренду і коректного донесення бренд-повідомлень. Також до його обов'язків входять: відстежування та прогноз інтернет-трендів, конкурентний аналіз, SWOT-аналіз
Дизайнер Designer	Спеціаліст, який створює візуальні рішення з метою донесення користувачу певної інформації у т.ч. рекламного характеру
Динамічне розміщення Dynamic rotation	Одночасне розміщення декількох рекламних матеріалів на одному рекламному місці . Показ матеріалів користувачу відбувається виходячи з пріоритетності або випадковим чином

<p>Доменне ім'я Domain name</p>	<p>Унікальне буквено-цифровий вираз, який ідентифікує сайт. Доменні імена дають можливість адресації інтернет-вузлів і розміщених на них мережевих ресурсів (веб-сайтів, серверів електронної пошти, інших служб) в зручній для людини формі</p>
<p>Доповнена реальність Augmented reality, added reality</p>	<p>Середовище з прямим або опосередкованим доповненням фізичного світу цифровими даними в режимі реального часу за допомогою комп'ютерних пристроїв, а також програмного забезпечення до них, коли на відеозображення з камери додаються віртуальні об'єкти, які вписуються в реальний світ</p>
<p>Замовні редакторські матеріали Advertorial</p>	<p>Новини та статті, які популяризують ім'я або найменування особи, його знак для товарів і послуг. Замовні рекламні матеріали належать до спонсорства</p>
<p>Запам'ятовуваність реклами Ad recall</p>	<p>Метод вимірювання ефективності реклами, за якого вибірці респондентів демонструється реклама, потім через якийсь час їм ставиться питання, чи пам'ятають вони її. Пригадування реклами може здійснюватися з підказкою чи без підказки. Пригадування з підказкою означає, що респонденту називають рекламований бренд або товарну категорію</p>
<p>Здоров'я бренду Brand health</p>	<p>Набір параметрів, за якими оцінюється ринковий стан бренду</p>
<p>Знання бренду Brand awareness</p>	<p>Метрика, яка використовує дослідження та опитування і дозволяє оцінити ефективність реклами на підставі оцінки рівня знання людей про певний бренд</p>
<p>Із вуст в уста Word-of-mouth (WOM)</p>	<p>Форма усної або письмової реклами, що складається з розповідей задоволених користувачів іншим людям про товар або послугу, які їм сподобалися</p>
<p>Видавець Publisher</p>	<p>Особа, яка підготує, видає і поширює контент на довільній публічній основі або продає за допомогою одного або декількох медіаканалів</p>
<p>Інвентар Inventory</p>	<p>Набір рекламних форматів і обсяг доступних показів на сайті видавця. Під продажем (закупівлею) інвентарю мається на увазі продаж (закупівля) рекламних послуг з показу реклами певного рекламного формату у відповідному рекламному місці</p>



Індекс відповідності Affinity index	Відношення частки цільової аудиторії у події до частки представників цільової аудиторії у генеральній сукупності . Виражається в одиницях. Значення 100% означає, що частка цільової аудиторії у події дорівнює частці цільової у генеральній сукупності
Інтернет Internet	Всесвітня система комп'ютерних мереж, що надає надійний зв'язок між віддаленими комп'ютерами та системами, використовуючи головний транспортний протокол і протокол передачі даних, названих відповідно, TCP / IP
Інтернет-панель Internet panel	Сукупність людей, що являють собою дослідницьку вибірку, що бере участь у дослідженні на постійній основі. У медіадослідженні метою є спостереження за поведінкою учасників такої інтернет-панелі для опису медіавподобань генеральної сукупності . Панеллю може вважатися лише сукупність людей. Головними характеристиками панелі є правильність відбору учасників (дотримання принципу випадковості) і досягнення прийнятної частки тих, хто погодився взяти участь серед запрошених. Структура панелі зобов'язана репрезентувати досліджувану генеральну сукупність за основними демографічними і поведінковими характеристиками
Інтернет-протокол (IP) Internet protocol (IP)	Мережевий протокол, що маршрутизується, та який об'єднує в собі окремі адреси в комп'ютерній мережі, формуючи інтернет
Кепінг Frequency capping	Ліміт кількості показів рекламного матеріалу на унікального відвідувача (күкү) протягом сесії або певного проміжку часу
Клієнт Client	Комп'ютер або програма, яка зв'язується з сервером для отримання даних через інтернет або іншу мережу. Internet Explorer та інші браузери , Microsoft Outlook та інші програми електронної пошти є прикладами клієнтів
Клік Click	Має декілька значень: <ol style="list-style-type: none">1) Натискання на посилання або банер, які ведуть на іншу сторінку або сайт. Можна вважати ідентичним поняттю «перехід», але не всі кліки стають переходами внаслідок обриву у сесії.2) Результат вимірюваної взаємодії з рекламним повідомленням або ключовим словом, яке веде на відповідний сайт рекламодавця або на іншу сторінку на сайті.3) Одиниця виміру реакції користувача на рекламу в інтернеті
Клікабельність Click-through-ratio (CTR)	Співвідношення кількості кліків на рекламний матеріал до кількості його показів . Вимірюється у відсотках



Клікфрод, склікування Click fraud	Вид шахрайства в інтернеті , метою якого є навмисне збільшення кількості кліків по рекламним матеріалам — людина, автоматична програма або скрипт імітує реального користувача , який клікає на рекламний матеріал
Ключове слово Keyword	Спеціальне слово або словосполучення, що вводяться користувачем у стрічку пошукової системи , в результаті чого з'являється перелік посилань на веб-сторінки , пов'язаний із зазначеним словом. Ключові слова можуть купуватися рекламодавцем для того, щоб впровадити в результати пошуку рекламні повідомлення, прив'язані до сайту рекламодавця
Конверсія Conversion	Вчинення певної дії користувачем , яка розцінюється як основна мета залучення аудиторії на сайт , наприклад, покупка, заповнення анкети, реєстрація
Контекстна реклама Contextual ads	Розміщення реклами , яке базується на відповідності рекламного матеріалу контексту (змісту) сторінки , на якій демонструється реклама . Контекстна реклама може мати текстовий або текстово-графічний вигляд, також може відображатися у вигляді банеру
Контент Content	Текстове, графічне, мультимедійне та будь-яке інше вираження інформації на сайті
Контент-менеджер Content manager	Менеджер, відповідальний за створення текстів для всіх видів реклами. У деяких агентствах контент-менеджер може відповідати також за графічний продукт, як частину загального візуально-текстового рішення
Креативщик Creative manager	Спеціаліст у рекламному агентстві , що відповідає за розробку унікальних, нетипових рішень, які б відповідали цілям медіа-кампаній
Кука Cookie	Невеликий фрагмент даних , надісланий веб-сервером, який зберігається на комп'ютері користувача . Може виступати інструментом ідентифікації повторного відвідування сайту браузером . Використовується системами метрики і системами управління рекламою . Унікальні покази системи розміщення в більшості випадків є кількістю унікальних кук — «унікальних браузерів »
Кеш Cache	Функція пам'яті, яка використовується для тимчасового зберігання найбільш часто запитуваних файлів/сторінок/джерел інформації з метою прискорити їх передачу користувачеві
Лід Lead	Контактна інформація (наприклад, адреса електронної пошти, номер телефону, домашня адреса) про користувача



Лідогенерація Lead generation	<p>Оплачувана рекламодавцем послуга з надання інтернет-компанією якісної контактної інформації (наприклад, адреси електронної пошти, номеру телефону, домашньої адреси) або інших даних щодо користувачів (наприклад, демографічних або поведінкових) за наявності з боку останніх згоди на передачу такої інформації рекламодавцю.</p> <p>Розрахунок суми оплати цього виду реклами здійснюється на підставі системи ціноутворення за здійснену дію (cost-per-action), замовлення (cost-per-order), отриману заявку (cost-per-lead) і т.п. Також генерація лідів включає оплати за проведення опитувань, збільшення кількості реєстрацій</p>
Ліцензований контент Legal content	<p>Твори, на які за контрактом із ліцензіаром (безпосередньо або через агентство) надаються права інтелектуальної власності, і які розробляються, виробляються і продаються ліцензіатом. Це програмне забезпечення, музика, фільми, електронні книги, зображення, ліцензія яких дозволяє використовувати їх зміст у будь-яких цілях (включаючи комерційні): копіювати, змінювати та розповсюджувати змінені версії</p>
Маркетинг у пошукових системах Search engine marketing (SEM)	<p>Форма інтернет-маркетингу, спрямована на просування сайтів через збільшення їх видимості на сторінках із результатами пошукової видачі</p>
Маркетинг у соціальних медіа (SMM) Social media marketing (SMM)	<p>Форма інтернет-маркетингу, яка передбачає залучення трафіку на сайт або уваги до чого-небудь за допомогою соціальних медіа.</p> <p>Дії, спрямовані на стимулювання користувачів соціальних медіа до передачі один одному контенту, створеного рекламодавцем</p>
Медіа-баєр Media buyer	<p>Спеціаліст, який відповідає за переговори та закупівлю інвентарю. Основні завдання: відстеження та оновлення цін, контроль умов для рекламодавців, контроль оборотів на видавця, контроль фінансової документації, розміщення медіа-кампаній</p>
Медіа-кампанія Media campaign	<p>Комплекс спланованих заходів щодо просування товару або послуги, здійснюваний відповідно до єдиної мети й концепції</p>
Медіа-планер Media planner	<p>Спеціаліст, який відповідає за планування, координацію, аналіз і оптимізацію медіа-кампаній</p>
Менеджер з маркетингу в соціальних медіа SMM manager	<p>Проектний менеджер, який відповідає за ефективну реалізацію проектів в соціальних мережах. Залежно від складу робочої групи може забезпечувати оперативне керівництво в ході реалізації проекту; відповідає за кінцевий результат</p>



Мобільна реклама Mobile ads	<p>Реклама, яка демонструється користувачам за допомогою бездротових мобільних пристроїв, таких як планшетні комп'ютери, смартфони або мобільні телефони з можливістю доступу до мобільного контенту.</p> <p>Мобільна реклама може мати вигляд банерів або контекстних посилань, платної пошукової видачі, а також включає такі текстові та мультимедійні формати, як SMS і MMS. Таку рекламу зазвичай можна зустріти на адаптованих під мобільні пристрої сайтах, у мобільних додатках або результатах пошукової видачі</p>
Мобільний додаток Mobile application	Програмне забезпечення, розроблене під конкретну мобільну платформу (iOS, Android, Windows Phone) для бездротових портативних пристроїв, таких як планшетні комп'ютери, смартфони або мобільні телефони, що надає можливість доступу до мобільного контенту
Мобільний маркетинг Mobile marketing	Форма інтернет-маркетингу, яка передбачає залучення трафіку на сайт або уваги користувачів за допомогою мобільних пристроїв
Мультипанельний банер MPU	Те ж саме, що й screenglide
Нестандартне рішення Rich media	<p>Вид реклами, при створенні якого можуть бути використані технології флеш або java script, аудіо- та відеоматеріали, а також допускається можливість інтерактивної взаємодії з користувачем.</p> <p>Прикладами нестандартних рішень є вікна, що впливають (pop-up і pop-under), формати catfish і screenglide, синхронні банери, відеореклама на сторінці, фронтлайни, повноекранна реклама, звукова реклама в цифровому аудіопотоці, інші схожі рекламні прояви</p>
Оголошення та аукціони Classifieds and auctions	<p>Оплата видавцю за розміщення інформації про рекламодавця, його товар або послугу (наприклад, оголошення про роботу, здачу або продаж нерухомості, купівлю або продаж автомобіля, розміщення в жовтих сторінках тощо).</p> <p>Також містить оплату за надання послуг видавцем із розміщення у верхній частині сторінки або виділенні іншим чином оголошення рекламодавця</p>
Оплата за дію Cost-per-action (CPA)	Модель оплати за рекламні послуги, що розраховується виходячи із здійснення користувачем конкретної дії в якості реакції на рекламне повідомлення. «Діями» можуть вважатися факт купівлі-продажу, заповнення анкет, підписки на сервіси, залучення покупця тощо



Оплата за клік Cost-per-click (CPC)	Модель оплати за рекламні послуги, за якої рекламодавець оплачує лише здійснені кліки
Оплата за клік Pay-per-click (PPC)	Модель оплати за рекламні послуги, за якої рекламодавець платить агентству , рекламній платформі або видавцеві безпосередньо виходячи з того, скільки користувачів здійснили клік на рекламний матеріал на сайті або в електронній пошті
Оплата за тисячу показів Cost-per-mille (CPM), cost-per-thousand (CPT)	Модель оплати за рекламні послуги, за якої рекламодавець оплачує покази
Досвід взаємодії User experience (UX)	Суб'єктивні стосунки, що виникають у користувача у процесі безпосередньої взаємодії з тим або іншим суб'єктом, об'єктом або явищем (наприклад, веб-сайтом , мобільним додатком , рекламодавцем)
Охоплення Reach	1) Загальна кількість користувачів , яким буде демонструватися рекламне повідомлення 2) Кількість користувачів , які відвідали сайт протягом певного періоду, у процентному вираженні (вся демографічна група приймається за 100%)
Партизанський маркетинг Guerilla marketing	Тактика проведення медіа-кампаній , що включає розміщення рекламних матеріалів часто з гумористичним вмістом у несподіваних місцях в інтернеті або в реальному світі. Використовується як вид вірусного маркетингу , з метою запустити «сарафанне радіо» і викликати широке живе обговорення та інтерес до продукту, що просувається
Партнерський маркетинг Affiliate marketing	Угода між двома видавцями (партнерами), за якої одна сторона передає у розміщення рекламу або іншу інформацію для генерування трафіку на сайт іншої сторони. Натомість партнер отримує винагороду за результатами генерування трафіку , наприклад, відсоток від продажів
Пересічення аудиторії Audience crossing	Число відвідувачів сайту , які також є відвідувачами інших сайтів , що розглядаються, в певному періоді
Поведінковий таргетинг Behavioral targeting	Технологія показу реклами , що враховує попередню активність користувача (наприклад, інформацію про відвідані сайти , переглянутий контент , ключові слова , кліки або онлайн-покупки) з метою збільшення релевантності й, відповідно, ефективності реклами



Пошукова оптимізація (SEO) Search engine optimization (SEO)	Вид пошукової реклами , що передбачає комплекс дій, спрямований на поліпшення індексації сайту пошуковими системами з метою підвищення обсягу трафіку з результатів органічної видачі
Пошукова реклама Search	Оплата видавцеві за можливість розміщення на сайті , включаючи сторінки з пошуковою видачею, посилання або показу доменного імені сайту рекламодавця з прив'язкою до певного пошукового слова або фрази. Пошукова реклама включає платну пошукову видачу, контекстні посилання і пошукову оптимізацію сайту
Пошукова система Search engine	Сервіс для пошуку контенту в інтернеті через введення ключових слів . Коли користувач задає запит (ключове слово), пошук йде відповідно до попередньо побудованого індексу. Результатом такого пошуку є пошукова видача — список посилань на веб-сторінки , які відповідають запиту користувача
Показ Impression	Одиничне відображення рекламного матеріалу (банеру , картинки, рекламного оголошення або будь-якого іншого елемента реклами) на екрані пристрою користувача
Показник відмов Bounce rate	Процентне співвідношення кількості користувачів , які залишили сайт безпосередньо з посадкової сторінки або проглянули не більше однієї сторінки сайту . Залежно від системи метрики залишення сайту з посадкової сторінки може не вважатися відмовою, якщо користувач перебував на ній більше N секунд
Повноекранна реклама Fullscreen	Реклама , яка з'являється поверх контенту сайту на весь екран на певний проміжок часу, після чого зникає або автоматично, або в результаті дій користувача . Даний рекламний формат належить до нестандартних рішень
Користувач User	Людина, яка має доступ в інтернет
Посадкова сторінка Landing page	1) Сторінка , на яку потрапляє користувач у наслідок кліку по рекламному матеріалу 2) Перша сторінка сайту , на яку користувач заходить під час сесії
Прайс-лист Rate card	Перелік розцінок на рекламні послуги, які може надати рекламне агентство , сейлз-хаус або видавець
Провайдер даних Data provider	Компанія, яка збирає, аналізує, обробляє і продає анонімні дані щодо користувачів . Такі дані використовуються для точнішого таргетингу реклами

Програміст Programmer	Спеціаліст, який займається створенням програмного забезпечення (додатків і веб-сайтів) за допомогою написання програмного коду, використовуючи різні мови програмування
Протокол для передачі гіпертексту (HTTP) Hypertext transfer protocol (HTTP)	Протокол прикладного рівня передачі даних . Формат, що найчастіше використовується для передачі даних в інтернеті
Реклама Advertisement	Інформація про особу чи товар (роботу, послуги), розповсюджена у будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформуванню або підтримати обізнаність та інтерес щодо такої особи чи товару (роботи, послуги) у необмеженого кола осіб, на яких спрямована дана інформація
Реклама у відеопотоці In-stream video ads	Реклама , яка з'являється в потоці до, під час, у випадку призупинення або після відеоконтенту (наприклад, pre-roll , mid-roll , pause-roll , post-roll), який демонструється за допомогою відеоплеєру. Також до реклами у відеопотоці належать прояви, які відображаються всередині відеоплеєру поверх відеоконтенту, наприклад, текст, банери , нестандартні рішення , інше відео
Реклама через електронну пошту Email ads	Банерна реклама , посилання , інструменти спонсорства або інші рекламні формати, включені в email-відправлення, маркетингові email-кампанії та інші види платної комунікації електронною поштою. Містить як рекламу в листах, так і самі листи рекламного характеру
Рекламна біржа Ad exchange	Організація, яка об'єднує інвентар видавців і рекламних мереж для рекламодавців і дозволяє проводити закупівлю інвентарю в режимі реального часу
Рекламна мережа Ad network	Сейлз-хаус , який надає послуги з продажу рекламних послуг видавців , агрегуючи інвентар та аудиторію з різних джерел в рекламні пакети . Рекламні мережі можуть забезпечувати додаткові послуги з метою підвищення цінності, що надається, як для видавців , так і для рекламодавців . Наприклад, надаючи унікальні можливості таргетингу , послуги зі створення рекламних матеріалів, оптимізації медіа-кампаній
Рекламне агентство Advertising agency	Організація, яка від імені рекламодавця планує медіа-кампанії , створює рекламні матеріали, розміщує рекламу в медіа



Рекламне місце Ad space	Позиція на сторінці сайту , де може бути розміщена реклама . Кожне рекламне місце на сайті чітко визначене. На одній сторінці можуть бути присутніми декілька рекламних місць
Рекламний пакет Ad package	Агрегований інвентар сайтів , об'єднаний за тематичним принципом або відповідно з визначеними соціально-демографічними параметрами аудиторії в єдину сутність для розміщення реклами
Рекламодавець Advertiser	Організація або приватна особа, яка є замовником реклами
Ремаркетинг Remarketing	Показ реклами про супутній товар користувачу , який вже купив що-небудь у рекламодавця
Ретаргетинг Retargeting	Показ реклами користувачам , які раніше відвідували певний сайт
Сайт, веб-сайт Web site	Сукупність програмних і апаратних засобів, виражених в сукупності веб-сторінок, об'єднаних доменним ім'ям . Веб-сторінка (сторінка сайту) — документ у мережі інтернет , який є частиною сайту, містить контент в електронному вигляді, і доступ до якого здійснюється за допомогою браузера
Сейлз-хауз Sales house	Компанія, яка займається продажем рекламних послуг видавців . Сейлз-хауз може бути в формі компанії-представника та рекламної мережі
Синхронні банери Synchronized banners	Рекламний формат, який складається з двох і більше банерів , які мають єдиний сюжет та призначені створювати візуальний ефект спільної роботи. Належить до нестандартних рішень
Система дослідження Research system	Система вимірювання відвідуваності, в основу якої закладені вибіркові статистичні дослідження. Основними результатами системи дослідження є такі показники, як охоплення в людях, демографічний профіль та інше
Система метрики Metric system	Система вимірювання відвідуваності, заснована на технометрії — вимірюванні поведінки «технічних» одиниць (кук) на сайті . Основними результатами систем метрик є такі показники як унікальні відвідувачі, покази , сесії, показник відмов та інше



Система управління рекламою Ad management system, ad server	<p>Програмне забезпечення, створене для комплексного управління медіа-кампаніями.</p> <p>Система управління рекламою передбачає наявність таких функцій як створення медіа-кампаній, розміщення рекламних матеріалів, налаштування всеможливих таргетингів, збір статистики по медіа-кампаніям.</p> <p>Прикладами систем управління рекламою є Admixer, AdRiver, Google AdWords, Rontar</p>
Соціальна мережа Social network	<p>Вид соціального медіа, де користувачі мають можливість спілкуватися між собою, обмінюватися контентом, новинами та інформацією.</p> <p>Прикладами соціальних мереж є Facebook, ВКонтакте, LinkedIn</p>
Соціальні медіа Social media	<p>Інтернет-сервіси (сайти), призначені для масового поширення контенту, який створюють самі користувачі.</p> <p>Автором контенту в соціальних медіа може бути кожен користувач, на протигагу традиційним медіа, де контент створюється обмеженим і попередньо відібраним колом людей.</p> <p>Прикладами соціальних медіа є соціальні мережі, індивідуальні блоги та блог-платформи, геолокаційні сервіси</p>
Спам Spam	<p>Небажані електронні листи комерційного змісту</p>
Спонсорські прояви в іграх Advergaming	<p>Додавання до комп'ютерних ігор сюжетних ліній, зображень, музичного оформлення, позначень або інших елементів із метою популяризації імені або найменування спонсора, його знака для товарів та послуг.</p> <p>Спонсорські прояви в іграх можуть варіюватися від розміщення інформації про спонсора в спеціально відведених блоках в грі або популяризації спонсора за допомогою встановлюваного посилання «Розроблено за підтримки» до повного спонсорювання розробки гри під торговоу марку</p>
Спонсорство Sponsorship	<p>Добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого знака для товарів і послуг.</p> <p>Спонсорство здійснюється за допомогою таких інструментів як конкурси та розіграші, брендування, спонсорські прояви в іграх, замовні редакторські матеріали.</p> <p>Спонсор — особа, що здійснює спонсорство</p>



Ставка Bid	<p>1) Ціна, яку призначає рекламодавець за розміщення реклами (за показ, клік, реалізовану дію) в системах, де діє аукціон. Рівень ставки впливає на кількість фактичних розміщень реклами та рекламне місце.</p> <p>2) Ціна, призначена рекламодавцем за перехід по ключовому слову з його оголошення. Залежно від розміру ставки, оголошення займає позицію вище або нижче серед інших оголошень, що конкурують за ключове слово. Якщо ставки рівні, то вище публікується те оголошення, ставка на яке була зроблена раніше</p>
Стрімінг Streaming	<p>1) Технологія, яка проводить передачу аудіо і відео на комп'ютер з віддаленого сайту</p> <p>2) Метод передачі даних в інтернеті, що дозволяє користувачу переглядати і прослуховувати аудіо-і відеофайли. Хост або джерело даних стискає, а потім передає невеликі пакети інформації через інтернет користувачу, який отримує доступ до контенту відразу після його передачі</p>
Таргетинг Targeting	<p>Механізм, що дозволяє виділити з усієї наявної аудиторії тільки ту частину, яка відповідає заданим критеріям (цільову аудиторію), і показати рекламу саме їй.</p> <p>Таргетування — процес застосування таргетингу</p>
Тег Tag	<p>Спеціальна мітка, яку система розміщення реклами передає системі метрики для однозначного визначення додаткових параметрів.</p> <p>Наприклад, можна передати ідентифікатор медіа-кампанії, місце розташування банера на сторінці і т.п.</p>
Тестувальник Tester	<p>Спеціаліст, який займається виявленням помилок, недопрацювань, відсутності функціональних модулів програмного забезпечення, яке розробив програміст. У своїй роботі, тестувальник використовує як завдання з тест-плану (функціональний опис проекту), так і особистий досвід тестування і виявлення помилок</p>
Тизер Teaser	<p>Рекламний формат у вигляді текстово-графічного блоку невеликого розміру, часто із привабливим текстом та/або зображенням. Даний формат належить до банерної реклами</p>
Тизерна мережа Teaser network	<p>Рекламна мережа, яка працює з показами тизерів</p>



Трафік Traffic	<p>1) Сукупність усіх відвідувачів сайту в певний період часу</p> <p>2) Потік даних, який передається через комп'ютерну мережу в певний період часу</p> <p>Залучення трафіку — діяльність, спрямована на відвідування певного сайту користувачами</p>
Уанет Uanet	<p>1) Сегмент інтернету, що включає всіх користувачів, сайти, сервери тощо, які зареєстровані на території України</p> <p>2) Україномовна частина інтернету</p> <p>3) Множина сайтів, які знаходяться в доменній зоні .ua</p>
Унікальний показ Unique impression	<p>Кількість унікальних користувачів, що побачили медіа-кампанію або банер. Кожен користувач враховується один раз, незалежно від того, скільки разів він бачив рекламу</p>
Управління взаєминами з клієнтом Customer relationship management (CRM)	<p>Набір дій, спрямований на розвиток стосунків компанії з її поточними та майбутніми покупцями у всіх точках їх дотику, включаючи момент продажу, маркетинг, програму лояльності, технічну підтримку і т.д.</p>
Флеш Flash	<p>Платформа для створення анімованої графіки (банерів, сайтів, анімації, ігор), а також відтворення на веб-сайтах відео- та аудіозаписів. Дозволяє створювати як покадрову анімацію, так і анімацію, створену за допомогою команд мови програмування ActionScript, який вбудований в платформу</p>
Флеш-анімація Flash animation	<p>Анімація, створена за допомогою флеш</p>
Цільова аудиторія Target audience	<p>Аудиторія, на яку націлена реклама. Зазвичай характеризується певними демографічними характеристиками (стать, вік, дохід і т.д.), а також певною споживчою поведінкою, медіауподобаннями і використанням товару</p>
Цифрова відеореклама Digital video ads	<p>Реклама, яка з'являється у потоці до, під час (перериваючи), у випадку призупинення або після відеоконтенту (pre-roll, mid-roll, pause-roll, post-roll), який демонструється за допомогою відеоплеєра.</p> <p>Також до виду цифрової відеореклами належить реклама, яка відображається всередині відеоплеєра над відеоконтентом, наприклад, у вигляді тексту, банера, нестандартних рішень, іншого відео.</p> <p>Рекламні формати на сайті видавця, які відображаються не у відеоплеєрі, але містять відео, належать до нестандартних рішень</p>



Цифрове виробництво Digital production	Включає процеси розробки рекламних матеріалів для наступного їх розміщення в інтернеті
Частота Frequency	Число переглядів події унікальним користувачем за певний проміжок часу
Електронна комерція E-commerce	Діяльність з продажу товарів та послуг через інтернет , а також інші законні дії, спрямовані на отримання прибутку за допомогою інтернету
Юзабіліті Usability	Зручність і легкість використання. Зазвичай термін застосовують до сайтів , додатків та іншого програмного забезпечення

Останнє оновлення: 01 вересня 2014 р.