

A

Abandon (Stornovanie)

Situácia, keď používateľ opustí nákupný košík s obsahom skôr, ako ukončí transakciu.

Abort (Zrušenie)

Stav, keď server neúspešne sprostredkuje prenos obsahu stránky alebo reklamného formátu na prehliadač. Často to spôsobuje samotný používateľ, ktorý stlačí tlačidlo STOP, klávesu ESC alebo sa preklikne na iné prepojenie pred ukončením prenosu.

Activity audit (Audit aktivity používateľov)

Nezávislé zisťovanie aktivity používateľov za určitý čas. Meranými ukazovateľmi sú napr. počet zobrazení reklamného formátu, počet zobrazení stránky, kliky, celková návštevnosť a unikátni používatelia. Výsledkom auditu je správa o zistených ukazovateľoch, známa tiež ako audit návštevnosti.

Ad Advertisement (Reklamný formát)

Komerčný odkaz so zameraním na zákazníkov inzerenta.

Ad Audience (Reklamní adresáti)

Počet unikátnych používateľov, ktorí sa vystavujú pôsobeniu reklamy počas určitého času.

Ad banner (Klikateľná reklamná plocha)

Grafický obrázok, prípadne iný objekt, použitý ako reklamná upútavka.

Ad blocker (Reklamný blokátor)

Softvér inštalovaný na prehliadači používateľa, ktorý bráni zobraziť reklamný formát.

Audit reklamnej kampane

Audit aktivít týkajúcich sa jednotlivých kampaní.

Ad centric measurement (Centrické meranie návštevnosti cez reklamu)

Výsledok merania aktivít internetovej populácie získaný z vlastných logov servera tretej strany.

Ad click (Kliknutie na reklamu)

Hodnota určujúca aktivitu používateľa k reklamnému formátu (takou je kliknutie), čím sa používateľ dostáva na inú stránku či portál prostredníctvom reklamy a v rámci tejto reklamy.

Existujú tri typy reklamných klikov:

- a) click-through (preklik);
- b) in-unit click (preklik v rámci reklamy);
- c) mouseover (pohyb kurzoru po reklame).

Prekliky by sa mali merať a zaznamenávať ako presmerovanie 302 na reklamný server a mali by vyfiltrovať aktivitu webových robotov.

Ad click rate (Miera klikov)

Pomer klikov k počtu zobrazení.

Ad display/Ad delivery (Zobrazenie reklamného formátu/Doručenie reklamného formátu)

Stav, keď sa reklamný formát úspešne zobrazí na obrazovke počítača používateľa.

Ad download (Stiahnutie reklamného formátu)

Uloženie reklamného formátu do prehliadača používateľa. Reklamu možno vyžiadať, ale aj odmietnuť, prípadne prerušiť skôr, ako sa uloží do prehliadača používateľa, čím sa zníži šanca jej zhladnutia.

Adresa

Unikátny identifikátor určený pre jeden počítač alebo on-line stránku. Zvyčajne ide o URL na webovú stránku a v prípade, že obsahuje znak @, o emailovú adresu. Inými slovami, je to spôsob, ako jeden počítač dokáže lokalizovať iný počítač prostredníctvom internetu.

Ad impression (Reklamná impresia)

1. reklama, ktorá sa zobrazuje na prehliadači používateľa. Reklamné formáty si môže používateľ vyžiadať (známe ako stiahnutie reklamného formátu) alebo sa mu doručia doručené prostredníctvom e-mailu;
2. meraná hodnota odpovedí získaných z reklamného systému na požiadavku z prehliadača používateľa. Táto hodnota je očistená od aktivity webových robotov a zaznamenáva sa v procese doručenia do prehliadača používateľa, len čo sa formát zobrazí – takto sa zhladnutie reklamného formátu približí k najbližšej možnej hranici. Na doručenie reklamného formátu používateľovi sa používajú dve metódy:
 - a) iniciovaná serverom - server použije obsah stránky prevádzkovateľa na vytvorenie požiadavky, formátovanie a prelinkovanie obsahu stránky;
 - b) iniciovaná klientom - závisí od typu prehliadača, t.j. či prehliadač umožňuje podobné aktivity.

V prípade spoločností používajúcich metódu iniciovania serverom, by sa meranie/započítanie malo uskutočniť následne po odpovedi na reklamný formát, a to na serveri alebo na portáli inzerenta. Čo sa týka spoločností využívajúcich metódu iniciovania klientom, započítanie by sa malo uskutočniť na serveri inzerenta alebo na serveri tretej strany, a to následne po vyžiadaní reklamného formátu alebo neskôr.

Ad impression ratio (Pomer reklamných impresií)

Počet preklikov delený počtom zobrazení reklamného formátu. *Pozri Click Rate.*

Ad insertion (Vloženie reklamného formátu)

Stav, keď sa reklamný formát vkladá do dokumentu a zaznamenáva reklamným serverom.

Ad materials (Reklamné materiály)

Kreatíva, texty, aktívne URL a aktívne cieľové stránky, ktoré tieto materiály dodajú pred začatím kampane.

Ad network (Reklamná sieť)

Agregátor alebo sprostredkovateľ reklamy viacerým webových stránkam. Sú to obchodní zástupcovia webových stránok v rámci siete.

Ad recall (Vybavenie si reklamy)

Meranie efektivity kampane v čase, keď sa vzorka respondentov vystavuje pôsobeniu reklamy a neskôr sa jej kladie otázka, či si danú reklamu dokáže vybaviť v pamäti. Môže sa to uskutočniť dvoma spôsobmi – s pomocou a bez pomoci. Respondentovi sa pomáha tým, že sa mu prezradí meno značky alebo skupina produktov, na ktoré prebieha reklamná kampaň.

Ad request (Vyžiadanie reklamy)

Vyžiadanie zobrazenia reklamného formátu je výsledok aktivity používateľa, tak ako ju zaznamenáva reklamný server. Požiadavky sa môžu objaviť priamo z užívateľovho prehliadača, alebo zo sprostredkovateľského internetového zdroja, napr. z obsahového servera.

Ad serving (Doručenie reklamy)

Doručenie reklamy serverom na konečného používateľa, resp. jeho počítač, na ktorom sa reklama zobrazí pomocou prehliadača. Zvyčajne doručenie zabezpečí buď prevádzkovateľ, alebo tretia strana prevádzkujúca reklamný systém. Reklama sa takto môže začleniť do stránky, prípadne doručiť samostatne.

Ad space (Reklamný priestor)

Priestor na webovej stránke, kde sa reklamný formát spravidla zobrazí. Každý portál si jednotlivé plochy špecifikuje sám. Na jednej stránke portálu sa môže špecifikovať viac plôch na zobrazenie reklamy.

Ad stream (Reklamný tok)

Séria reklamných formátov, ktoré sa zobrazia používateľovi počas jednej návštevy stránky. Známý tiež ako Tok impresií.

Ad transfer (Reklamný prenos)

Úspešné zobrazenie webovej stránky inzerenta po kliknutí na reklamný formát. Keď používateľ klikne na formát, prelinkuje sa na stránku inzerenta daného formátu a jeho preklik sa zaznamená v štatistikách. Keď sa používateľovi úspešne zobrazí stránka inzerenta, zaznamená sa tým reklamný prenos.

Ad view (Zhliadnutie reklamného formátu)

Len čo si používateľ formát pozrie, resp. len čo sa mu formát zobrazí, formát sa pokladá za zhliadnutý. V súčasnosti nie je možné odmerať veličinu zhliadnutia. Najbližšia hodnota vypovedajúca o úspešnosti doručenia, príp. oslovenia používateľa reklamným formátom, je iba zobrazenie reklamného formátu.

Ad window (Reklamné okno)

Reklamný formát oddelený od obsahu stránky.

Advertiser (Inzerent)

Spoločnosť platiaca za reklamnú kampaň.

Advertising revenue (Reklamné príjmy)

Príjmy získané predajom reklamy. *Pozri Interaktívne reklamné príjmy.*

Affiliate marketing (Afiliačný marketing)

Dohoda medzi dvoma portálmi, kde jeden portál (afiliačný) súhlasí s predstavením obsahu, alebo reklamného formátu druhého portálu, čím má zvýšiť svoju návštevnosť. Afiliačný portál recipročne získava percentá z predaja alebo inú formu kompenzácie za generovanú návštevnosť.

Affinity marketing (Afinity marketing)

Predaj produktov alebo služieb zákazníkovi, a to na základe jeho nákupného správania. Ponuka sa uskutočňuje e-mailovou, on-line alebo offline reklamou.

Alternate text (Alternatívny text)

Slovo alebo veta, ktoré sa zobrazia, keď má používateľ zablokované zobrazovanie grafických reklamných prvkov, alebo keď opustil stránku stlačením tlačidla STOP pred samotným stiahnutím všetkých grafických prvkov stránky. Taktiež sa zobrazuje ako „balónový text“, ak používateľ ponechal kurzor na formáte.

Animated advertisement (Animovaná reklama)

Reklamný formát, ktorý sa v priebehu času mení. Takým formátom je napr. interaktívny Java applet, Shockwave alebo súbor GIF89a (animovaný GIF).

Animated GIF (Animovaný GIF)

Animácia vytvorená kombináciou viacerých GIF obrázkov v jednom súbore. Výsledkom je viacobrázkový formát, v ktorom sa obrázky zobrazujú jeden po druhom, a tak vytvárajúci ilúziu pohybu.

Anonymizer (Anonymizátor)

Zabraňuje sa ním identifikácia používateľa pomocou IP (internet provider) adresy poskytovateľa pripojenia.

Applet

Malá softvérová aplikácia, ktorá sa najčastejšie používa prehliadačmi na automatické zobrazenie animácie a/alebo vytvorenie databázy otázok samotným používateľom.

Applicable browser (Aplikovateľný prehliadač)

Akýkoľvek prehliadač, ktorý obsahuje reklamu bez ohľadu na to, či sa reklama na stránke zobrazí alebo nie.

Artifacting (Deformácia/Skreslenie)

Deformácia audio alebo video záznamu, ktorá vznikne kompresným algoritmom (CODEC). V komprimovaných obrázkoch môžu pixle „zablúdiť“ alebo sa prejaviť inak (často ako biele bodky) a zjavia sa v animácii ako prvky, ktoré pôvodný obrázok predtým neobsahoval. *Pozri CODEC.*

Aspect ratio (Pomer veľkosti strán)

Pomer šírky k výške veľkosti obrázku. TV pomer strán je 4:3(1.33:1), digitálny TV 16:9 (1.78:1) a pomer strán väčšiny filmov je najmenej 1,85:1. Pomer IMU je 6:5 (330:250, 336:280, 180:150).

Audit

Overovanie aktivity zaznamenananej v logoch a/alebo proces merania spojený s aktivitou používateľov a reklamy na internete vykonávaný treťou nezávislou stranou. Audit overuje a potvrdzuje namerané údaje.

B**Backbone (Chrbtica)**

Centrálna sieť prepojujúca navzájom iné siete.

Bandwidth (Šírka pásma)

1. pomer prenosu komunikačných liniek alebo systémov vyjadrený, buď ako cyklus za sekundu (hertz pre analógové linky), bity (bps), alebo kilobity za sekundu (Kbps) pre digitálne systémy;
2. rýchlosť linky;
3. množstvo informácií, ktoré sa prenesie komunikačnými kanálmi v určitom momente;

Banwidth competition (Konkurencia šírky pásma)

Stav, keď sa dva alebo viacero súborov súčasne prenesú cez jednu linku. Ak systém nie je schopný určiť priority súborov, výsledným efektom je spomalenie doručenia súborov.

Banner

Grafický prvok zobrazujúci sa na HTML stránkach ako reklamný formát. *Pre bližšiu špecifikáciu bannerov pozri http://www.iab.net/standards/adsizes_spec.asp.*

Barter

Výmena produktov alebo služieb bez vzájomnej finančnej úhrady zúčastnených strán. Hodnota bartera je dolárová hodnota vymieňaných produktov a služieb za reklamu.

B2B Business-to-business

Obchod, ktorého zákazníkmi sú ďalšie firmy.

B2C Business-to-Consumer

Obchod, pri ktorom je väčšina klientov zároveň aj koncovým spotrebiteľom.

BBS

Softvér, ktorý umožňuje užívateľovi prístup k emailovej schránke, používať usenet a diskusné skupiny prostredníctvom modemu.

Beacon (Maják)

Časť kódu umiestneného v reklamnom formáte, na webovej stránke alebo v emaili, ktorý pomáha merať či daný formát, stránka alebo email boli úspešne doručené na prehliadač, a tiež umožňuje zaznamenať aktivitu vo všeobecnosti. Tiež známy ako nulový GIF alebo pixel tag.

Beta

Testovacia verzia produktu, ako napr. webovej stránky alebo softvéru, pred ich samotným spustením.

Beyond-the-banner (Mimo banner)

Termín spojený s akoukoľvek reklamou, ktorá nie je bannerom alebo interstitialom, video záznamom a pod.

Bit

Najmenšia jednotka informačnej kapacity pamäťového zariadenia. Hodnota bitu je 0 alebo 1. Bajt obsahuje 8 bitov.

Bit rate (Prenosová rýchlosť)

Miera šírky prenosového pásma, na základe ktorého sa určí rýchlosť prenosu údajov v počítačovej sieti z jedného miesta na druhé. Prenosová rýchlosť je vyjadrená v kilobitoch (1000 bitov) za sekundu alebo Kbps.

Bonus Impressions (Bonusové impresie)

Bezplatné impresie nad rámec objednaných impresií.

BOT

Skratka pre robota. *Pozri Inteligentný agent/robot.*

Bounce (návrät)

Stav, keď sa emaily vrátia užívateľovi ako nedoručené.

Broadband (Širokopásmové pripojenie)

Internetové pripojenie, ktoré zabezpečí relatívne vysokú prenosovú rýchlosť – akákoľvek rýchlosť nad 100 Kbps. Káblové modemy, DSL a ISDN ponúkajú širokopásmové pripojenie.

Browser (Prehliadač)

Softvérový program, ktorý vyžiada, stiahne, uloží a zobrazí dokumenty prístupné na celosvetovej sieti internet. Prehliadače sú založené buď na textovej alebo grafickej báze.

Browser sniffer (Elektronické detekčné zariadenie prehliadača)

Pozri Sniffer.

Buffering (Oddeľovanie údajov)

Keď si jedno médium ukladá časť súboru iného média a to až do momentu, keď sa uloží dostatok informácií na prehratie daného súboru.

Button (Tlačidlo)

1. grafický prvok, ktorý obsahuje určitú funkcionality napr. presmerovanie užívateľa na inú stránku alebo spustenie programu;
2. takýmito prvkami môžu byť samotné reklamné formáty.

C

Cable modem (Káblový modem)

Zariadenie, ktoré dovoľuje jednostrannú alebo obojstrannú vysokorýchlostnú komunikáciu cez televízny káblový systém, a to za účelom využívania internetu.

Cache (Vyrovnávacia pamäť)

Pamäť slúžiaca na dočasné uloženie najčastejšie vyžiadanych obsahov/súborov/stránok tak, aby sa urýchlila komunikácia medzi nimi a užívateľom. Vyrovnávacia pamäť môže byť lokálna (v prehliadači) alebo sieťová. V prípade lokálnej pamäte má väčšina počítačov obe pamäte (RAM) a diskovú pamäť (pevný disk).

Cache busting

Proces pomocou, ktorého stránky alebo servery poskytujú obsah alebo HTML dokumenty tak, aby minimalizovali, prípadne ochránili prehliadače či proxy server od poskytovania obsahu z ich vyrovnávacej pamäte. Toto núti užívateľa alebo proxy server zachytiť čerstvú verziu každej požiadavky na stránku. Okrem iného sa tento proces využíva tiež na meranie presnejšieho počtu požiadaviek užívateľa.

Cached ad impressions (Uložené reklamné impresie)

Doručenie reklamy na prehliadač z lokálnej pamäte alebo z pamäte sprostredkujúceho servera. Keď si užívateľ vyžiada stránku, ktorá obsahuje takúto reklamu, reklama sa získa z pamäte a následne sa zobrazí.

Caching (Uskladnenie)

Proces kopírovania webových prvkov (stránky alebo reklamy) slúžiace na neskoršie použitie. Na webe sa kopírovanie uskutočňuje bežne na dvoch miestach: v prehliadači užívateľa a na proxy servery prevádzkovateľa. Ak si užívateľ vyžiada webový prvok, prehliadač zistí výskyt vo svojej pamäti; ak ho ani ten nenájde, príde na rad proxy server prevádzkovateľa a prípadne nakoniec vyžiadany server. Tento proces slúži na zníženie nadbytočného sieťového zaťaženia s cieľom zvýšiť efektivitu rýchlosti internetu.

CARU (Kontrolný orgán pre detskú reklamu)

Oddelenie Obchodnej rady pre zlepšenie obchodu, ktoré kontroluje reklamu a promočné materiály určené deťom, a to vo všetkých médiách. *Pre viac informácií pozri www.caru.org*

CGI script (Common Gateway Interface)

CGI script sa používa na umožnenie posunu údajov od užívateľa na webový server, najčastejšie prostredníctvom webového formulára (roletové menu, výber z viacerých možností, ankety, zadávanie textu, a pod.). Vstup z týchto formulárov je zabezpečený programom (CGI script) na vzdialenom webovom serveri.

Channel (Kanál)

1. skupina podobného obsahu;
2. druh predajných sietí (tiež známe ako distribučné kanály), napr. maloobchod, katalóg alebo ecommerce;

Chat (Online diskusia)

On-line interaktívna komunikácia medzi dvomi alebo viacerými osobami na webe. Jedna osoba komunikuje s druhou osobou v reálnom čase v tzv. chatovacích miestnostiach, ale namiesto rozprávania používajú klávesnicu.

Chat room (Chatovacia miestnosť)

Miesto na internete, kde môže užívateľ komunikovať s inými ľuďmi v reálnom čase.

Click down

Kliknutie na prvok v rámci reklamného formátu a tým umožnenie zobrazenia iného súboru na monitore užívateľa, obvykle pod alebo nad pôvodnou reklamou. Toto umožňuje užívateľovi zostať na tej istej stránke a poskytuje inzerentovi väčší priestor na odkomunikovanie jeho odkazu.

Click rate (Pomer kliknutí)

Pomer kliknutí na reklamu k počtu impresií kampane.

Clicks (Kliknutia)

1. veličina, ktorá určuje počet reakcií užívateľa na internetovú reklamu. Existujú tri druhy kliknutí: click-throughs, in-unit clicks a mouseovers.;
2. možnosť užívateľa stiahnuť si iný súbor kliknutím na reklamný formát tak, ako je zaznamenaný serverom;
3. výsledok merateľnej interaktivity s reklamným formátom alebo kľúčovým slovom, ktoré prelinkuje užívateľa na inzerentovu stránku alebo inú stránku v rámci internetovej siete;
4. veličina, ktorá určuje reakciu užívateľa na najaktuálnejší obsah stránky.

Click-stream (Tok kliknutí)

1. elektronická cesta, ktorou užívateľ „prechádza“ pri jednotlivých návštevách stránok v rámci rôznych stránok, resp. jednotlivých portálov;
2. úplné znenie údajov popisujúcich poradie jednotlivých aktivít užívateľa a to medzi prehliadačom užívateľa a iným internetovým zdrojom, ako je napr. webová stránka či inzertným serverom.

Click through (Preklik)

Akcia, ktorá sleduje hyperlink v rámci reklamného formátu alebo obsahu stránky na ďalšiu webovú stránku v rámci webovej siete. Prekliky by mali byť merané a zaznamenané ako presmerovanie 302 na reklamný server a mali by odfiltrovať aktivitu webových robotov.

Click within (Kliknutie v rámci reklamného formátu)

Podobný click downu alebo clicku, ale častejšie sú to reklamné formáty, ktoré umožňujú užívateľovi kliknúť na reklamu bez opustenia stránky, na ktorej sa nachádzajú.

Client (Klient)

Počítač, ktorý posúva požiadavku na informáciu serveru za užívateľa alebo proxy server.

Client-initiated ad impression (Klientom začaté zobrazenie reklamy)

Jedna alebo dve metódy používané na meranie reklamnej aktivity užívateľa. Reklamný obsah je doručený užívateľovi prostredníctvom dvoch metód: Iniciované serverom a iniciované klientom. Klientom začaté meranie reklamy závisí na prehliadači užívateľa, a to či je schopný vytvoriť požiadavku, formátovať či presmerovať obsah. V prípade spoločností využívajúcich túto metódu by sa počítanie malo uskutočniť na serveri inzerenta alebo serveri tretej strany, a to následne po vyžiadaní reklamy alebo počas procesu. *Pozri Serverom začatá reklamná impresia(zobrazenie).*

Codec (Kodek)

Skratka pre kompresiu/dekompresiu. Kodeky sú počítačové algoritmy, ktoré sa používajú na kompresiu dátovej veľkosti audio, video alebo obrázkových súborov. Keďže tieto súbory sú omnoho menšie, nevyžadujú si takú šírku pásma, keď sú prehrávané či uložené na počítači. Na dekompresiu a zobrazenie súboru musí byť použitý ten istý kodek, ktorý sa použil na kompresiu súboru.

Communication error (Komunikačná chyba)

Zlyhanie prehliadača alebo servera úspešne vyžiadať a preniesť dokument.

Content integration (Integrácia obsahu)

Reklama umiestnená do obsahu alebo v rámci kontextového boxu. Tiež známa ako Web Advertorial.

Cookie

Súbor na prehliadači užívateľa, pomocou ktorého sa identifikuje unikátny prehliadač užívateľa. Rozlišujú sa dva druhy cookie: permanentné a session cookie. Session cookies sú dočasné a vymažú sa akonáhle užívateľ ukončí session. Permanentné cookies zostávajú na pevnom disku užívateľa až kým ich užívateľ nevymaže alebo im nevyprší platnosť.

Cookie buster

Softvér, ktorý blokuje uloženie cookies v prehliadači užívateľa.

COPPA (Zákon na ochranu online súkromia detí)

Kongres prijal COPPA v roku 1998 na zamedzenie neférových alebo ináč znevažujúcich krokov alebo praktík v súvislosti so zhromažďovaním a používaním osobných údajov pochádzajúcich od detí alebo o deťoch na internete. Odstavec 6502(b)(1) Zákona ustanovuje všeobecnú ochranu súkromia zabránením neférových alebo ináč znevažujúcich krokov týkajúcich sa on-line informácií získaných od detí alebo o deťoch, a poveruje Úrad prijať pravidlá, ktoré umožnia uplatnenie tohto Zákona. Zákon vyžaduje od operátorov webových stránok zameraných na deti a operátorov, ktorý vedome zhromažďujú osobné údaje od detí, aby:

1. upovedomili rodičov o ich činnosti;
2. vopred získali od rodičov povolenie na zhromažďovanie údajov, ich použitie a/alebo uverejnenie osobných informácií získaných od detí (s určitými obmedzeniami čo sa týka zhromažďovania „on-line kontaktných údajov“ ako sú napr. emailové adresy);
3. na základe vyžiadania poskytnú rodičom možnosť zhladať osobné informácie, ktoré budú zverejnené;
4. poskytnú rodičom možnosť zabrániť ďalšie možné použitie už získaných informácií od dieťaťa alebo prípadné získavanie informácií v budúcnosti;
5. obmedzili zhromažďovanie osobných informácií od detí v prípade účasti v hrách, súťaži o vecné ceny alebo iných aktivít;
6. nastaviť a udržiavať zmysluplné procesy, ktoré zabezpečia ochranu a integritu osobných údajov.

COPPR (Pravidlá ochrany on-line súkromia detí)

Vydaný FTC v októbri 1999, vstúpil v platnosť 21. apríla 2000 a zaviedol požiadavky COPPA na operátorov webových stránok alebo služieb orientovaných na deti a tých operátorov webových stránok alebo on-line služieb, ktorí majú informáciu o tom, že ich užívateľom je dieťa, aby:

1. poskytnú linky na svojich stránkach o spôsobe získavania a zhromažďovania údajov od detí;
2. s určitými výnimkami upovedomili rodičov o zámere získavať informácie o ich deťoch a získali povolenie ešte pred samotným zhromažďovaním, používaním či zverejnením týchto informácií;
3. Nepodmieňovali účasť dieťaťa v on-line aktivitách poskytnutím osobných informácií nad rámec spomínanej aktivity;
4. umožnili rodičom zhladať, prípadne vymazať informácie týkajúce sa ich dieťaťa z databázy a zakázať ďalšie uverejňovanie týchto informácií ako aj získavanie ďalších informácií;
5. zaviedli pravidlá, ktoré budú slúžiť na ochranu a integritu osobných údajov a informácií získaných od dieťaťa. Toto Pravidlo poskytuje taktiež ochranu pre tých operátorov, ktorí dodržiavajú samoregulačné smernice schválené Výborom.

Pozri www.caru.org

Copy (Text)

Text obsiahnutý v reklamnom formáte.

CPA Cost-per-Action

Cena reklamného formátu odvodená z určitej špecificky definovanej akcie ako odpovede na reklamu. Napr. zrealizovanie predaja alebo nákupu, získanie zákazníka alebo prekliknutie na stránku inzerenta.

CPC Cost-per-Customer

Cena, ktorú inzerent zaplatí za každého získaného zákazníka.

CPC Cost-per-click

Cena reklamy za počet zrealizovaných prekliknutí na stránku inzerenta.

CPL Cost-per-lead

Cena reklamy založená na počte prijatých záznamov do databázy.

CPM Cost-per-thousand

Termín udávajúci cenu reklamného formátu za 1000 zobrazení. Príklad: Cena reklamného formátu je 500 Sk. Klient objedná 100 000 impresií. Výsledná cena kampane je 50 000 Sk (500/1000*100 000).

CPM cenový model

Cenový model založený na počte doručených impresií. Cena za počet impresii. *Pozri CPM a Pay-perimpression.*

CPO Cost-per-order

Cena reklamy založená na počte prijatých objednávok. Tiež Cost-per-transaction/Cena za transakciu.

CPS Cost-per-sale

Platba uskutočnená za každý zrealizovaný obchod.

CPT Cost-per-Transaction

Pozri CPO.

CPMT Cost per Targeted Thousand Impressions

Používa sa v prípade, že sa inzerent chce zamerať na úzko špecializovanú skupinu definovanú napr. demografickými faktormi alebo inými charakteristikami, ako napr. muži vo veku 18-25, zaujímaví sa o golf. Rozdiel medzi CPM a CPTM je ten, že CPM je cena za všetky naplánované impresie, pričom CPTM je cena za ciele impresie.

Crawler

Softvérový program, ktorý virtuálne navštevuje všetky webové stránky za účelom indexovania obsahu stránok pre vyhľadávače. Tento program sa viac zameriava na textové súbory ako na grafické súbory. *Pozri tiež Spider, Bot a inteligentný agent*

CRM Customer relationship marketing

Marketing zameraný na zvyšovanie lojality klientov k určitej značke.

Cyber Cafe (Internetové kaviarne)

Miesto pre verejnosť poskytujúce prístup k internetu .

D**Daughter window (Dcérske okno)**

Reklamný formát, ktorý sa zobrazuje v oddelenom okne ako jeho súčasne sa zobrazujúci pridružený banner. V praxi to znamená, že obsah a banner sa zobrazia ako prvé, a následne potom sa zobrazí dcérsky formát.

Demographics (Demografia)

Bežná charakteristika populácie alebo užívateľov slúžiaca na ich segmentáciu, ako sú napr. vek, pohlavie, príjem, atď.

Digital signatures (Digitálne podpisy)

Podpisy, ktoré sa používajú v elektronickej komunikácii. Určujú identitu, a tak potvrdzujú právoplatnosť a autentickosť akéhokoľvek dokumentu, ktorý obsahuje digitálny podpis – vytvárajúc tak pečať odolnú proti neoprávnenej manipulácii.

Digital video server (Digitálny video server)

Robustný centrálny počítač, ktorý získava príkazy od televíznych divákov prostredníctvom video-on-demand aplikácií. Akonáhle počítač obdrží požiadavku, pošle okamžite špecifický digitálny video záznam k divákovi, ktorý túto požiadavku zadal.

Display

Úspešné stiahnutie súboru z internetu, ktoré umožní užívateľovi jeho zhliadnutie.

DHTML - Dynamic Hypertext Markup Language (Dynamický hypertextový značkový jazyk)

Rozsiahla sada HTML príkazov, ktoré využívajú web dizajnéri na vytvorenie väčšej miery animácie alebo interaktivity ako je bežný HTML dokument.

Domain name (Názov domény)

Jedinečný názov identifikujúci internetovú stránku. Každá doména obsahuje jednu doménu najvyššej úrovne a jednu alebo viac domén nižšej úrovne. Domény najvyššej úrovne (Top Level Domain) sú buď druhové alebo geografické. Druhové domény najvyššej úrovne obsahujú koncovku .com (komerčné), .net (network), .edu (edukačné), .org (nekomerčné organizácie), .gov (vládne), .mil (vojenské), .biz (biznis), .info (informačné), .name (osobné), .pro (profesionálne), .aero (letecká preprava a osobné letectvo), .coop (napr. odborové organizácie) a .museum (múzeá). Geografické domény určujú krajinu pôvodu, ako napr. .pl (Poľsko), .fr (Francúzsko), .uk (Veľká Británia), atď.

DPO District Point of Origin (Odlišný bod pôvodu)

Unikátna adresa, z ktorej sa prehliadač pripojí na webovú stránku na internete.

Drill down

Stav, keď užívateľ navštevuje čoraz viac podstránok jednej webovej adresy, pričom sa vnára hlbšie do obsahu danej stránky.

DSL - Digital subscriber line (Digitálna účastnícka linka)

Vysokorýchlostný digitálny okruh vyhradený z určitého miesta do telekomunikačnej spoločnosti, ktorý používa klasické medené telefónne vedenie. DSL poskytuje oddelený kanál pre hlasové služby a fax, čo v praxi znamená, že telefónne hovory a faxy môžu byť prijímané v rovnaký moment, keď vysokorýchlostné dáta prechádzajú vedením. DSL je všeobecný pojem, ktorý zahŕňa niekoľko variantov: ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) v rozsahu do 1,5 Mbps, HDSL (High-bit-rate Digital Subscriber Line) 1,5 Mbps, SDSL (Single-line Digital Subscriber Line) 1,5 Mbps, VDSL (Very high-data-rate Digital Subscriber Line) v rozsahu do 2,3 Mbps a nakoniec RDSL (Rate Adaptive Digital Subscriber Line), variabilná rýchlosť.

DVR - Digital Video Recorder (Digitálny videorekordér)

Vysoko kapacitný pevný disk vložený do káblového prijímača, schopný nahrávať programy z televízie. Tieto DVR rekordéry sú obsluhované nahrávacím softvérom, ktorý umožňuje divákovi snímok prerušiť, zastaviť, pretáčať a obsluhovať rekordér pomocou mnohých funkcií a aplikácií.

Dynamic ad placement (Dynamické umiestnenie reklamného formátu)

Proces, pomocou ktorého je vyžiadaný reklamný formát umiestnený na stránku. Tento spôsob umiestnenia umožňuje vykonávať rôzne úpravy reklamného formátu takto umiestneného, a to prostredníctvom akýchkoľvek dát prístupných k programu umiestnenia. Jednoducho povedané, takéto dynamické umiestnenie umožňuje viacerým reklamným formátom rotáciu vo viacerých priestoroch. V sofistikovanejších prípadoch by mohlo byť umiestnenie reklamného formátu ovplyvnené demografickými údajmi alebo využitím histórie užívateľa.

Dynamic IP address (Dynamická IP adresa)

IP adresa, ktorá sa zmení vždy, keď sa užívateľ pripojí na internet.

Dynamic rotation (Dynamická rotácia)

Doručenie reklamných formátov na báze náhodnej rotácie tak, že užívatelia sú vystavení ich pôsobeniu a tie sa zobrazujú na rozličných podstránkach webovej stránky.

E**E-commerce**

Proces predaja produktov a služieb cez internet.

E-mail

Elektronická pošta. Textové súbory posielané od jednej osoby k druhej prostredníctvom internetu na základe unikátnej emailovej adresy.

E-mail campaign

Reklamná kampaň distribuovaná prostredníctvom emailov.

Encoding (Kódovanie)

Proces komprimácie a rozdeľovania súborov do „balíčkov“ tak, aby boli doručiteľné cez sieť.

Encoder (Kódovacie zariadenie)

Hardvérová alebo softvérová aplikácia používaná na komprimáciu audio a video záznamov za účelom zjednodušenia prenosu dát.

Encryption (Šifrovanie)

Zakódovanie digitálnej informácie tak, aby bola nečitateľná bez použitia digitálneho kľúča

EPG Electronic Programming Guide (Elektronický sprievodca programom)

Aplikácia, ktorá umožňuje divákovi interaktívny výber televízneho programu.

Ethernet

Sieťová technológia, ktorá spája počítače.

ETV (Enhanced Television)

Typ interaktívnej televíznej technológie, ktorá umožňuje výrobcovi obsahu poslať HTML dáta a grafické „vylepšenia“ cez malú časť bežného analógového signálu nazvaného Vertical Blanking Interval (VBI). Tieto rozšírenia sa zobrazia prekrytím video záznamu, a tým umožnia divákovi kliknúť na ne ak sledujú TV prostredníctvom špeciálne zostavenej skrinky/softvéru.

Expandable banners (Rozpínané bannery)

Banner, ktorý sa môže zväčšiť až na veľkosť 468*240 p. po tom, ako naň užívateľ klikne prípadne, po ňom prejde kurzorom. *Pozri www.iab.net pre IAB IMU príručku.*

Extranet

Intranet, ktorý je čiastočne prístupný cez autorizovaný vonkajší vstup, použitím platného prístupového mena a hesla.

Eyeballs

Termín vzťahujúci sa k počtu ľudí, ktorí zhliaďnu alebo inak zachytia určitú reklamu.

F**Failure of Transfer (Zlyhanie prenosu)**

Prenos obsahu vyžiadaného prehliadačom môže zlyhať, ak sa stránka prehliadačom opustí alebo ak je server neschopný doručiť kompletnú stránku, vrátane reklamných formátov - tiež známa pod pojmom chyba (error) alebo chyba v komunikácii (communication error).

Family/Ad family (Skupina/Reklamná skupina)

Kolekcia jednej alebo viacerých kreatív, známa tiež ako reklamná kampaň.

FAQ Frequently asked questions

Často kladené otázky.

FTP File Transfer Protocol

Internetový protokol, ktorý uľahčuje prenos súborov.

Filtering (Filtrovanie)

Proces odstránenia aktivity robotov a chybných kódov počas merania záznamov, pomocou ktorého sa vytvárajú zvýšené záznamy predstavujúce platné aktivity ľudí na Internete.

Filtration guidelines

Nezáväzná smernice IAB poskytujúce návod na odstránenie aktivity v udávaných meraniach zobrazení reklamných formátov, zobrazení stránok, unikátnych užívateľov a klikov, ktoré nespôsobuje aktivita užívateľa.

Finger

Internetový softvérový nástroj určený k lokalizácii ľudí na serveroch. Niekedy slúži na poskytnutie prístupu k neosobným informáciám, ale najčastejšie zisťuje či daná osoba má alebo nemá účet na serveri. Nie každý server povoľuje túto funkciu.

Firewall

Ochranná bariéra umiestnená medzi internetom a firemnými počítačmi, aby tak firma zabránila/povolila určitú sieťovú prevádzku na základe stanovených pravidiel. Firewall je založený na princípe ochrany a filtrovania siete.

Flame

Poburujúce názory alebo kritika distribuovaná emailom alebo zobrazovaná v diskusných fórach.

Flash™

Vektorový grafický formát spoločnosti Macromedia, ktorý sa používa na zobrazenie interaktívnych animácií na webovej stránke. Táto technológia je dostupná cez plug-in prehliadača.

Floating Ads

Reklamný formát, ktorý sa objaví v rámci hlavného okna prehliadača na vrchnej časti webovej stránky, a takto vytvára ilúziu vznášania sa ponad vrchnú časť stránky.

Fold

Reklamný formát alebo obsah, ktorý je možné zhliaďnuť akonáhle sa stránka načíta. Nie je nutné stránkou rolovať ani vynaložiť inú aktivitu na jej zhliaďnutie. Nakoľko je výsledok okamžite viditeľný, je potrebné vedieť či užívatelia danej webovej stránky majú nastavené rozlíšenie na 640*480 pixelov alebo 800*600 pixelov (prípadne väčšie).

Frames

Mnohonásobné nezávislé sekcie, ktoré sa používajú na vytvorenie jednej webovej stránky. Každý rámec je oddeleným HTML súborom, ale existuje jeden „nad rámec“, ktorý kontroluje umiestnenie každej sekcie. Keď užívateľ zadá požiadavku na stránku s rámcami, zobrazí sa viacero súborov ako pole. Stránky používajúce rámce posudzujú jednu požiadavku s viacerými poliami ako mnohonásobnú požiadavku. IAB smernice merania reklamnej kampane vyžadujú počítanie jedného súboru jedného rámcového setu ako zobrazenie stránky.

Frame rates

Počet rámcov video záznamu zobrazeného v určitom momente. Čím je tento pomer vyšší, tým je obrázok vyššej kvality.

Frequency (Frekvencia)

Číslo referujúce koľkokrát je reklamný formát doručený na ten istý prehliadač počas jednej návštevy alebo v určitom momente. Stránka môže využívať cookies za účelom riadenia frekvencie zobrazenia reklamy.

G**Gigabyte**

Jeden gigabajt sa rovná 1024 megabajtom (2^{30} bajtov).

GIF - Graphic Interchange Format

Grafický formát, ktorý používa kompresiu na uloženie a zobrazenie obrázkov.

GIF 89a (Animovaný GIF)

Rozšírenie .gif formátu, ktorý vytvára animáciu cez súbor menších obrázkov nachádzajúcich sa v jedinom obrázku. Oneskorenie medzi „rámcami“ sa dá prispôbiť, približne ako obrázková kniha alebo leporelo.

Gross exposures

Konečné číslo zobrazenia reklamného formátu, vrátane duplicitných stiahnutí jednou osobou.

GSM - Global System for Mobile

Bezdrôtový telefónny štandard v Európe.

GUI Graphical Interchange Format

Spôsob, ktorý umožňuje užívateľom interakciu s počítačom použitím vizuálnych ikon a myši, namiesto použitia textových príkazov alebo funkcií.

H**HDTV High-Definition Television**

Signál vyššej kvality využívajúci digitálny formát na prenos a príjem TV signálov. HDTV poskytuje približne päťkrát väčšie množstvo informácií (obrázkové prvky alebo pixely) než klasická televízia vytvárajúc väčšie obrazové rozlíšenie, väčší pomer strán obrazu a digitálny zvuk.

Head end

Miesto v káblovom systéme, kde sa tvorí vysielanie a začína distribúcia programu. Signály sa obvykle prijímajú zo vzduchu prostredníctvom satelitu, mikrovlnného signálu alebo pomocou káblov tvorených z optických vlákien.

Heuristická metóda

Spôsob merania identity unikátneho užívateľa. Takéto meranie používa dedukciu alebo metódu odvodzovania založenú na pravidle alebo algoritme platnom pre daný server. Napr. v niektorých prípadoch môže slúžiť na identifikáciu kombinácia IP adresy a softvérového agenta užívateľa. Ak server obdrží v priebehu 30 minút novú požiadavku od toho istého klienta, vyhodnotí, že táto požiadavka prichádza od toho istého užívateľa a v momente požiadavky na zhladnutie poslednej stránky. Tiež označovaný ako usudzovanie.

History List (Zoznam histórie)

Rolovacie menu, ktoré zobrazuje stránky nedávno navštívené, takže sa užívateľ môže pomocou menu na stránku okamžite vrátiť alebo si pozrieť svoju poslednú návštevu. Rovnaký mechanizmus umožňuje serveru sledovať, ktorú stránku užívateľ navštívil pred danou stránkou.

HIT

Keď užívateľ zadá požiadavku na načítanie stránky a jeho počítač ju pošle na server, ktorý zabezpečuje danú stránku. Každý prvok vyžiadanej stránky (vrátane grafiky, textov, interaktívnych prvkov) je zaznamenaný v logovacom súbore danej stránky ako „HIT“. Ak stránka, ktorú užívateľ navštívi obsahuje dve grafiky, jeden „HIT“ sa priradí stránke a dva „HITY“ grafikám, jeden každej. Správca serveru (webmaster) používa „HITY“ na meranie vyťaženia serverov. Nakoľko dizajn jednotlivých stránok a vzorce návštev sú rozličné pri každej stránke, počet HITOV nemá žiadnu súvislosť s počtom stiahnutých stránok a preto je nepresným ukazovateľom návštevnosti.

Homepage (Titulná stránka)

Stránka určená ako hlavný bod pri vstupe na portál alebo tiež štartovací bod, kedy sa prehliadač po prvýkrát napojí na internet. Obvykle má za úlohu privítať užívateľa, predstaviť účel webovej stránky a poskytuje linky na jej ostatné podstránky.

Host (Hlavný počítač)

Akýkoľvek počítač na sieti, ktorý poskytuje služby alebo pripojenie na ostatné počítače v sieti. Host má priradenú IP adresu.

Hotlist

Zrolovateľné menu alebo pop-up menu, často zobrazované za účelom predstavenia nových alebo obľúbených stránok.

Hot spot

Pozri Hyperlink.

House ads (Vlastná reklama prevádzkovateľa)

Reklamné formáty propagujúce produkt alebo služby vlastnej spoločnosti. Mediálna hodnota z vlastnej reklamy by sa nemala zahŕňať do zverejnených príjmov.

HTML (Hypertext Markup Language)

Súbor kódov nazývaných značkovací záznam v čistom textovom (*.txt) súbore, ktorý určuje aká informácia bude obnovená a ako bude zobrazená prehliadačom. Rozlišujeme dva druhy takýchto záznamov (tagov): Kotvový tag a formát. Kotvový tag určuje aký obsah sa načíta, a formátové tagy určujú, ako sa tento obsah zobrazí.

HTML stránka

Hypertextový jazykový dokument so značkami, uložený v adresári servera a/alebo vytvorený dynamicky na požiadavku. HTML stránka môže tiež obsahovať grafiku, video záznamy, audio záznamy a iné súbory.

HTTP Hyper-Text Transfer protocol

Formát najčastejšie používaný na prenos dokumentov v celosvetovej sieti internet.

Hybrid Pricing (Kombinovaná cenotvorba)

Platobný model, ktorý je založený na kombinácii platobného modelu CPM a cenového modelu založeného na efektívite kampane. *Pozri Platobný model CPM a Platobný model založený na výkone.*

Hyperlink

HTML kód, ktorý po kliknutí naň presmeruje užívateľa na novú adresu (URL).

Hypertext

Text alebo grafický prvok na stránke, ktorý aktivuje hyperlink akonáhle naň užívateľ klikne.

I

IAB Interactive Advertising Bureau

IAB je nezisková asociácia sa venujúca exkluzívne zvýšeniu využitia interaktívnej reklamy a maximalizovania efektivity internetovej reklamy a marketingu.

iFrame Inline frame

Premenlivý rámec umiestnený v rámci web stránky, ktorý nie je viazaný na server stránky poskytujúcej zobrazenie obsahu alebo iných služieb.

Image map

GIF alebo JPEG obrázok obsahujúci viacero hyperliniek. Každý hyperlink alebo hot spot môže viesť na inú stránku.

Impresia (Zobrazenie)

Miera odpovedí zo strany serveru na požiadavku prehliadača užívateľa, z ktorej je odfiltrovaná aktivita webových robotov a chybné kódy, a je zaznamenaná v okamihu najpravdepodobnejšieho zhladnutia stránky užívateľom.

IMU Interactive marketing unit

Štandardná veľkosť reklamného prvku schválená IAB.

Insertion (Včlenenie)

Včlenenie reklamného formátu do dokumentu ako ho zaznamená reklamný systém.

Insertion order (Objednávka)

Objednávka na nákup reklamného priestoru inzerentom (obvykle inzerent alebo agentúra).

Instant messaging

Spôsob komunikácie užívateľov, jednotlivco alebo v skupinách, využitím štandardného IP protokolu. Užívateľia si môžu vytvárať zoznamy a komunikovať tak so známymi, rodinou alebo kolegami.

Intelligent agents (Inteligentí agenti)

Softvérový nástroj, ktorý pomáha užívateľovi nájsť také informácie, ktoré zodpovedajú jeho záujmom. Profil užívateľa je nepretržite obnovovaný a vylepšovaný a to na základe prijatia či odmietnutia odporúčaní samotným užívateľom.

Interactive advertising (Interaktívna reklama)

Všetky formy online, bezdrôtovej a interaktívnej televíznej reklamy, zahŕňajúce bannery, sponzoring, emaily, vyhľadávania pomocou kľúčových slov, odporúčania, poplatky, inzeráty a interaktívne televízne reklamy.

Interactive advertising revenues (Príjmy z interaktívnej reklamy)

Príjmy dosiahnuté predajom interaktívnej reklamy.

Internal page impression (Interné zobrazenie stránky)

Aktivita webovej stránky generovaná jednotlivcami s IP adresami patriacimi danej webovej stránke. Interná aktivita, ktorá je spätá so správou a údržbou stránky by mala byť oddelená od záznamov o návštevnosti stránky.

Internet

Celosvetový systém počítačových sietí poskytujúci konektivitu medzi rôznymi počítačmi a ich systémami použitím bežných prenosov a dátových protokolov.

Interstitial

Reklamný formát zobrazujúci sa medzi dvomi stránkami. Tiež známy ako prechodný reklamný formát, splashová stránka a flashová stránka.

Intranet

Sieť založená na TCP/IP protokoloch, ktoré patria určitej organizácii, obvykle korporácii, a je prístupná len jej členom, zamestnancom a osobám s povolením k prístupu.

In-unit click

Meranie určujúce počet akcií iniciovaných užívateľmi, ktorých výsledkom je klik na reklamný prvok, a spôsobuje presmerovanie v rámci stránky alebo zmenu v obsahu stránky. In-unit clicks sú obvykle merané cez presmerovanie 302. Tiež známe ako click downs, click ups a click withins. *Pozri Reklamné kliky, Presmerovanie 302.*

Inventory (Zoznam poskytovaných reklamných formátov)

Počet reklamných formátov, ktoré webová stránka poskytuje.

IP - Internet protocol

Protokol informujúci sieť o tom, akým spôsobom sú packety adresované a smerované.

IP adresy

Internetové protokolárne numerické adresy pridelené každému počítaču na sieti, pomocou ktorých sa dajú ľahko lokalizovať a ich aktivity odlíšiť od ostatných počítačov. Formát IP adresy je ##.##.##.##, kde každé číslo predstavuje hodnotu od 0 do 255 (napr. 125.45.87.204).

IRC - Internet relay chat

1. spôsob komunikácie, ktorý umožňuje užívateľom komunikovať v reálnom čase. Chaty alebo diskusné fóra sú prostredníctvom klávesnice písané poznámky, ktoré môžu byť verejné alebo súkromné.
2. protokol, ktorý umožňuje užívateľovi komunikovať v reálnom čase. IRC je štruktúrovaný ako sieť serverov, kde každý prijíma spojenie z programu klienta.

ISDN - Integrated Services Digital Network

Vysokorýchlostné vytáčané (dial-up) pripojenie na internet prostredníctvom klasických medených káblov. DSL kvôli väčšej prenosovej kapacite z väčšej časti nahradilo ISDN. *Pozri DSL.*

ISP Internet Service Provider (Poskytovateľ pripojenia na internet)

Spoločnosť poskytujúca prístup na internet. ISP môže byť komerčný provider, korporátna počítačová sieť, škola, univerzita alebo vládna inštitúcia.

ITI Information Technology Industry Council

Organizácia reprezentujúca hlavných prevádzkovateľov produktov a služieb informačných technológií v USA. Presadzuje rast ekonomiky prostredníctvom inovácií a podporou voľného trhu. *Pozri www.itic.org.*

iTV Interactive television (Interaktívna TV)

Akákoľvek technológia, ktorá poskytuje obojstrannú komunikáciu medzi divákmi a poskytovateľom služieb (ako sú napr. kábloví operátori, výrobcovia káblových prijímačov) a to cez štandardné alebo rozšírené televízne prístroje.

J**Java**

Programovací jazyk určený na tvorbu aplikácií na internete. Umožňuje tvorbu pokročilých vlastností a funkcionality, zvyšuje rozlíšenie detailov v animácii a poskytuje aktualizáciu v reálnom čase. Malé

aplikácie nazvané Java applets je možné stiahnuť zo servera a spustiť prehliadačmi kompatibilnými s Java aplikáciou, ako napr. Microsoft Internet Explorer alebo Netscape Navigator.

JPEG Joint Photographic Experts Group

Súborový formát, ktorý používa kompresné techniky na zmenšenie veľkosti (počet bajtov) grafických súborov.

Jump page ad

Mikrostránka, na ktorú sa užívateľ dostane cez button alebo banner. Odskoková stránka môže obsahovať niekoľko tém, ktoré užívateľa prelinkujú na stránku inzerenta alebo stránku prevádzkovateľa.

K

Key word (Kľúčové slovo)

Špecifické slovo zadané užívateľom do vyhľadávača, čoho výsledkom je zoznam stránok, resp. ich linkov súvisiacich s daným slovom. Inzerent si kľúčové slovo môže zakúpiť, a tým zvýšiť šancu kliknutia na jeho hyperlink, respektíve pod toto kľúčové slovo umiestniť inzerciu a tým osloviť užívateľa.

Keyword search revenues (Prijem z vyhľadávania na základe kľúčových slov)

Predstavujú ich poplatky, ktoré musí inzerent zaplatiť za kľúčové slovo na základe čoho môže umiestniť svoj hyperlink na popredné pozície za účelom zvýšenia pravdepodobnosti kliknutia na tento hyperlink.

L

Lag

Množstvo času, ktoré vznikne medzi online požiadavkou alebo príkazom a získaním odpovede zo strany servera. *Pozri Latencia.*

LAN Local Area Network (Lokálna sieť)

Skupina navzájom prepojených počítačov nachádzajúcich sa na jednom fyzickom mieste.

Large rectangle (Veľký obdĺžnik)

IMU veľkosť. Nezáväzná smernica IAB zahŕňajú reklamné formáty siedmich interaktívnych marketingových jednotiek (IMU); dve vertikálne jednotky a päť obdĺžnikových jednotiek.

Latency (Latenca)

1. čas, počas ktorého sa presunie dátový packet cez sieť,
2. zreteľné omeškanie vzniknuté medzi požiadavkou a zobrazením obsahu alebo reklamy.

Latenca má niekedy za následok, že užívateľ stránku opustí pred samotným zhladením požadovanej informácie. V streamingových médiách môže latencia vytvoriť spomalenie toku informácií, a to vtedy, ak musí byť dátový packet prijatý a prehraný v určitom poradí.

Link

Elektronické prepojenie medzi dvomi webovými stránkami. Tiež nazývaný ako „hot link“ alebo hyperlink.

Listserv

Mailový adresár pozostávajúci z mailových adries užívateľov.

Listserver

Program, ktorý automaticky posiela emaily na adresy v listserver.

Load (Stiahnutie údajov)

Obvykle sa používa ako up-load alebo down-load a znamená prenos súborov alebo softvéru z jedného počítača na druhý, resp. na server. Inými slovami, je to pohyb informácií on-line.

Log

Súbor, ktorý zaznamenáva sieťové pripojenia.

Log file

Súbor, ktorý zaznamenáva prenosi na webovom serveri. Niektoré druhy dát, ktoré sa získavajú, sú: dátum/časový údaj, URL, IP adresa žiadateľa, stav požiadavky, predchádzajúca URL žiadateľa, atď. Odporúča sa používanie rozšíreného log súboru.

Login

Identifikácia alebo meno slúžiace na prístup k počítaču, sieti alebo stránky.

M**Mailing list**

Email obsahujúci určitú tému a automaticky distribuovaný vybraným užívateľom.

Makegoods (Kompenzácia)

Impresie pridané navyše pri nenaplnení objednaného počtu impresií na základe dohodnutých podmienok klienta a prevádzkovateľa. Počet týchto impresií sa určuje na základe dohody klienta a prevádzkovateľa.

M-commerce

Termín odkazujúci na telekomunikačný biznis, predstavuje schopnosť uskutočňovať peňažné transakcie cez mobilné zariadenia, tak ako to napr. umožňuje WAP cez mobilný telefón.

Media objects

Súbory iné ako HTML dokumenty, ktoré sa môžu zobraziť alebo odprezentovať v rámci HTML dokumentov, prípadne samostatne. Príklady v súčasnosti zahrňujú GIF, JPEG, video záznamy, audio záznamy, FLASHové objekty (SWF), PDF, Java applet a ďalšie objekty, ktoré môžu byť zhladnuté cez prehliadač alebo použitím plug-in v prehliadači. *Pozri PLUG-IN.*

Megabyte

1,048,576 bajtov (2^{20} bajtov)

Metcalfov zákon

Hodnota siete geometricky rastie s rastom počtu užívateľov siete.

Micro sites

Viacstránková reklama sprístupnená prostredníctvom preklikov cez východziu reklamu. Užívateľ zostáva na stránke poskytovateľa obsahu, ale má prístup k viacerým informáciám, než je to v prípade štandardnej reklamy.

MIME Multi-purpose Internet Mail Extensions

Metóda kódovania súboru za účelom prenosu dát cez internet.

MIP (Mobile Internet provider)

ISP zameraný na poskytovanie bezdrôtových služieb pripojenia na internet.

.MP3

Počítačový súborový formát, ktorý skomprimuje audiosúbory až na 12-násobne menšiu dĺžku ako pôvodný .wav súbor.

Modem speed (Rýchlosť modemu)

Rýchlosť pripojenia na internet prostredníctvom modemu. Rozlišujeme dial-upové a káblové modemy. Rýchlosť dial-upových modemov je 14,4;28,8;33,6;56 kbps a ISDN. Rýchlosť káblových modemov sa pohybuje medzi 500 kbps a 2,5 Mbps. T1 a T3 sú vysokorýchlostné spojenia, ktoré nevyžadujú použitie modemu. *Pozri DSL.*

Modem

Zariadenie, ktoré prenáša digitálny signál na analógový signál a naopak; a je vhodný na prenos signálu cez telefón alebo káblové pripojenie.

Moore's law

Moorov zákon definuje výkon procesoru, ktorý sa zdvojnásobí vždy raz za 18 mesiacov pri konštantných nákladoch.

Mouseover

Proces, počas ktorého užívateľ umiestni svoj kurzor na objekt bez kliknutia naň, čím vyvolá reakciu reklamného formátu. Na vyvolanie danej akcie je potrebné, aby kurzor zotrval na objekte určitý čas.

MPEG

1. formát súboru, ktorý sa používa na komprimáciu a on-line prenos filmov alebo video záznamov,
2. štandard definovaný Motion Picture Exports Group pre videosúbory.

MRC Media Rating Council

Nezisková asociácia, ktorá sa venuje zaisteniu platných, spoľahlivých a efektívnych prieskumov návštevníkov jednotlivých médií. MRC prevádzkuje audit internetových meraní návštevnosti, rovnako ako meraní sledovateľnosti tradičných médií.

Multi-camera angle or individualized television (Uhol záberu alebo individualizovaná televízia)

Technológia, ktorá umožňuje divákovi nastavenie uhlov záberu kamery počas programu, voľbu reklamy, ktorú chce sledovať, a všeobecne kontrolu nad výberom programu vysielania. Takto je možná účasť formou interaktívnej komunikácie s médiom. Na pozadí server zbiera určité informácie a ukladá ich, na základe čoho si ich divák môže neskôr opäť vyselektovať.

N**NAI Network Advertising Initiative**

Kooperujúca skupina inzerentov reklamujúcich na internete, ktorá stanovila princípy ochrany súkromia v súlade s Federálnou Obchodnou komisiou. NAI poskytuje zákazníkom vysvetlenia z oblasti internetovej reklamy a možnostiach jej využitia, ako aj o možnosti ovplyvňovania zákazníkov prostredníctvom internetu. *Pozri www.networkadvertising.org.*

Net TV

Televízny prijímač, ktorý je možné pripojiť k internetu. Zväčša výrobca integruje do televízora špeciálny káblový prijímač, ktorý umožňuje pripojenie k internetu cez telefónnu linku.

Netiquette (Internetová etika)

Termín určený na označenie neformálnych pravidiel správania na internete.

Newsgroup (Diskusné skupina)

Elektronický spravodaj venovaný užívateľom na komunikáciu určitej témy a je prístupný pre každého, kto o to prejaví záujem. Len malé množstvo takýchto skupín povoľuje publikovanie reklamy.

Non-registered user (Neregistrovaný užívateľ)

Užívateľ, ktorý navštívi webovú stránku a rozhodne sa nezaregistrovať, prípadne registrácia nie je od neho požadovaná. Neuvedením registračných informácií sa môže užívateľovi zabrániť prístup na časť stránky.

Nonqualifying page impressions

Zobrazenia stránky, ktoré by mali byť vyradené zo záznamov o návštevnosti a iných meraní. Takými zobrazeniami sú napr.: neúspešný prenos vyžiadaných dokumentov, úspešný prenos vyžiadaných dokumentov na webového robota alebo spidera a/alebo stránka pozostávajúca z rámcov (Frame).

Pozri Rámce.

O**Off-site measurements (Off site merania)**

Stav, keď stránka presúva svoje log súbory na externé webové prieskumné služby za účelom ich analýzy.

On – demand

Schopnosť vyžiadať si video, audio alebo inú informáciu, ktorá má byť poslaná užívateľovi okamžite po prekliknutí na produkt súvisiaci s voľbou.

On-site measurement (On-site merania)

Stav, keď má server implementovaný softvérový program, pomocou ktorého meria a analyzuje návštevnosť na vlastnej stránke.

OPA Online Privacy Alliance

Korporátna skupina asociácií, ktoré sa spojili, aby predstavili a podporili široký záber podnikateľských aktivít, vďaka ktorým sa vytvorí dôveryhodné prostredie, a ktoré zabezpečia ochranu súkromia užívateľov. *Pozri www.privacyalliance.org.*

OPA Online Publisher's Association

Obchodná asociácia zastupujúca segment prevádzkovateľov internetových služieb. *Pozri www.onlinepublishers.org.*

Opt-in

Súvisí s jednotlivcami, ktorí poskytnú spoločnosti povolenie používať ich osobné údaje alebo údaje poskytujúce informácie o týchto jednotlivcoch, za účelom predaja produktov a služieb spoločnosti. *Pozri [Marketing o povolení zverejňovania a zhromažďovania informácií](#).*

Opt-in e-mail

Zoznam internetových užívateľov, ktorí sa dobrovoľne zaviazali k prijímaniu komerčných mailov obsahujúcich témy, ktoré si vybrali.

Opt-out

Stav, keď spoločnosť vyhlási, že plánuje ponúkať svoje produkty a služby užívateľom, s výnimkou užívateľom, ktorí požiadali o vyradenie zo zoznamu.

OTS Opportunity to See

Rovnaké ako zobrazenie stránky – stav, keď sa stránka úspešne zobrazí na monitore užívateľa.

P**P3P Platform for Privacy Preferences Projects**

Vlastnosť prehliadača, ktorá umožní analýzu ochrany súkromia a užívateľovi poskytne kontrolu nad svojimi súkromnými potrebami.

Packet sniffer

Program, ktorý sa používa na monitorovanie a zaznamenávanie problémov vyskytujúcich sa pri prenose dát v sieti.

Page (Stránka)

Dokument so špecifickou URL adresou pozostávajúci zo sady s ním súvisiacich súborov. Stránka môže obsahovať text, obrázky a iné on-line prvky. Môže byť statická alebo generovaná dynamicky. Môže byť vytvorená pre viaceré rámce alebo obrazovky, ale mala by obsahovať určitý primárny objekt, ktorý je po načítaní považovaný za celú stránku.

Page display (Zobrazenie stránky)

Stav, keď sa stránka úspešne zobrazí na obrazovke počítača.

Page impression

Odpoveď serveru na požiadavku užívateľa. Odfiltrovaná od aktivity robotov a chybných kódov, zaznamenaná v čo najpravdepodobnejšom momente zhladnutia užívateľom.

Page request

Schopnosť HTML dokumentu zobraziť sa na monitore prehliadača ako priamy výsledok užívateľovej interaktivity s webovou stránkou.

Page view

Stav, keď užívateľ skutočne zhladne stránku. Poznámka: tento údaj nie je merateľný, najbližší presný údaj je zobrazenie stránky.

Password

Skupina písmen a/alebo čísiel, ktoré umožňujú užívateľovi prístup na zabezpečenú webovú stránku a/alebo zabezpečenú oblasť webovej stránky.

Pay-per-Click

Cenový model predaja reklamy, keď inzerent platí agentúre a/alebo médiu podľa počtu kliknutí na on-line reklamu alebo email.

Pay-per-lead model

Cena reklamy založená na počte prijatých záznamov do databázy, napr. formou vyplnenia kontaktného formulára.

Pay-per-sale model

Cenový model predaja reklamy kedy inzerent platí agentúre alebo médiu za všetky uskutočnené obchodné transakcie, ktoré vznikli v dôsledku kliknutia na reklamný formát. *Pozri CPS.*

PDF súbory (Portable Document Format)

Formát vytvorený spoločnosťou ADOBE slúžiaci primárne na distribúciu súborov v sieti, alebo na webovej stránke. Súbory s príponou *.pdf boli vytvorené inou aplikáciou a potom preložené do .pdf súborov tak, aby mohli byť zhladnuté kýmkoľvek, bez ohľadu na ich platformu.

Performance pricing model (Cenový model založený na výkone)

Cenový model predaja reklamy, v ktorom inzerent platí na základe vopred dohodnutých kritérií, ako sú napr. percento z on-line príjmov alebo získanie potenciálnych zákazníkov. *Pozri CPA, CPC, CPL, CPO, CPS, CPT.*

Permission marketing (Povolený marketing)

Stav, keď jednotlivец poskytne spoločnosti povolenie možnosti predaja jej produktov a služieb. *Pozri Opt-in.*

Permanent cookies (Permanentné cookies)

Cookie, ktoré zostáva na pevnom disku užívateľa, až kým ho užívateľ nezmaže.

PII Personal Identifiable Information

Odkazuje na informáciu ako je napr. meno jednotlivca, emailová adresa, telefónne číslo.

PIN Personal Identification number (Osobné identifikačné číslo)

Skupina čísiel, ktorá umožňuje unikátnemu užívateľovi prístup na zabezpečenú stránku a/alebo na zabezpečenú oblasť webovej stránky. *Pozri Password.*

PIT Page Information Transfer (Prenos časti obsahu webovej stránky)

Úspešný prenos textu webovej stránky na prehliadač.

Pixel

Obrázkový prvok (jednotlivý svetelný bod) na monitore počítača. Jednotka určujúca veľkosť (rozmer) reklamného formátu.

Platforma

Typ počítača alebo operačného systému, na ktorom beží softvérová aplikácia, napr. PC, Macintosh, Unix alebo WebTV.

PLI (Privacy Leadership Initiative)

Partnerstvo tvorené generálnymi riaditeľmi 15 korporácií a 9 podnikateľských asociácií, ktoré vykonávajú výskum na vytvorenie dôveryhodného obchodného prostredia, vďaka ktorému sa urýchlí prijatie internetu a vznikajúcej informačnej on-line a offline ekonomiky ako bezpečného trhu. *Pozri www.understandingprivacy.org.*

Plug-in

Programová aplikácia, ktorá sa nainštaluje jednoduchým spôsobom a využíva sa ako súčasť prehliadača. Akonáhle je nainštalovaná, prehliadač ju rozpozná a jej funkcie vložené do hlavného HTML súboru sa môžu spustiť.

Pop-under

Reklamný formát, ktorý sa zobrazí v samostatnom okne pod otvoreným oknom. Tieto formáty sú ukryté až do doby, keď sa zatvorí aktívne okno, zmenší sa alebo presunie užívateľom.

Pop-up

Reklama, ktorá sa vygeneruje v novom okne vo vrchnej časti a prekryje obsah stránky.

Pop-up transitional

Iniciuje prehrávanie inzercie v samostatnom okne na základe prechodu užívateľa medzi obsahom dvoch stránok. Prehráva sa súčasne počas sťahovania obsahu stránky. Prehrávanie sa môže ukončiť skôr alebo neskôr ako sa obsah stránky kompletne zobrazí - závisí od rýchlosti pripojenia.

Portál

Webová stránka, ktorá často slúži ako štartovací bod jednej session. Obvykle poskytuje služby ako sú vyhľadávanie, katalóg stránok, spravodajstvo, webmail, webhosting, zábavu, telefónny zoznam, mapy a chat alebo diskusné fórum.

Pre-caching

Schopnosť uloženia reklamy alebo obsahu stránky do RAM pamäte alebo na pevný disk počítača predtým než sa zobrazí užívateľovi, a to za účelom zminimalizovania možnosti oneskorenia prenosu. *Pozri Cache, Chaching.*

Privacy Policy (Ochrana súkromia)

Prehlásenie o tom, aké informácie sa získavajú od užívateľa, ako sa získavajú, ako môže mať jednotlivец prístup k týmto informáciám, ako ich môže odmietnuť a aké zabezpečenie slúži na ich ochranu.

Privacy seal program

Program, ktorý certifikuje majiteľa webovej stránky a je v súlade s politikou jeho stránky, napr. TRUSTe a BBBOnline.

Profiling

Získavanie informácií týkajúcich sa záujmov spotrebiteľa a to monitorovaním jeho online pohybu. Takéto zisťovanie prebieha na základe získaných osobných údajov, alebo sa robí na základe analýzy obsahu stránky, ktorú užívateľ navštívi, URL adresy alebo iných informácií získaných na základe toku kliknutí a dráh pohybu užívateľa.

Process audit (Procesný audit)

Potvrdenie platnosti internej kontroly procesov súvisiacich s meraním treťou nezávislou stranou. *Pozri Audit.*

Protocol (Protokol)

Jednotný súbor pravidiel, ktoré umožnia dvom zariadeniam vzájomné prepojenie a prenos údajov a dát z jedného na druhý. Protokol určuje, ako sa dáta prenášajú medzi dvomi zariadeniami a cez sieť. Definujú záležitosti týkajúce sa chybných kódov a metód kompresie dát. Protokol určuje nasledovné: typ chyby, metódy použité na kompresiu dát (ak nejaké existujú), aké bude zariadenie, ktoré súbory posielala na indikáciu, že ukončil činnosť a či bude prijímajúce zariadenie indikovať obdržanie správy. Medzi internetové protokoly patria TCP /IP (Internet Protocol), http (Hypertext Transfer Protocol), FTP (File Transfer Protocol) a SMTP (Simple Mail Transfer Protocol).

Proxy server (Sprostredkujúci server)

Sprostredkovatelia spojenia medzi konečným užívateľom a webovou stránkou ako je ISP, komerčné on-line služby a korporátne siete. Proxy servery obsahujú najčastejšie žiadaný obsah internetovej siete a obsah najaktuálnejšie žiadaný, aby tým zabezpečili rýchlejší prístup k dátam a zvýšili výkon serveru.

Push advertising

Pro-aktívna a čiastočne dynamická reklama, ktorá sa zobrazuje vo variabilných formátoch.

PVR - Personal Video Recorder (Osobný videorekordér)

Zariadenie s pamäťou na záznam 30 hodín TV programu a práce s káblovými a satelitnými systémami. Diváci majú možnosť program prerušiť, vrátiť späť, nahrávať a preskočiť reklamu.

Q**Query (Otázka)**

Požiadavka na informáciu obvykle použitá vo vyhľadávači.

R**Rate card**

Zoznam cien, inzertných produktov a balíkov ponúkaných médiom alebo agentúrou.

Re-direct (Presmerovanie)

Keď presmerovanie spomíname v súvislosti s on-line reklamou, znamená to, že jeden server priradí službu prenosu reklamy alebo reklamného cielenia inému serveru. Napr.: Reklama sa môže presmerovať na tretiu stranu najatú inzerentom, za účelom distribúcie vlastnej reklamy k cieľovej skupine zákazníkov. Potom sa môže objaviť ďalšie presmerovanie na prevádzkovateľa „bohatého média“, a to v prípade, že súčasťou reklamy bolo video, ešte pred dorúčením reklamného formátu

zákazníkovi. V niektorých prípadoch tento proces môže spôsobiť spomalenie doručenia reklamy či načítania stránky. *Pozri Latencia.*

Reach (Dosah)

1. počet unikátnych užívateľov, ktorí navštívili stránku počas určitej doby (deň, týždeň,...), číslo vyjadrené v percentách predstavujúce pomer k celkovému počtu internetovej populácie určitej oblasti, taktiež známe ako neduplicitná populácia.
2. celkový počet unikátnych užívateľov, ktorým bude doručený reklamný formát, alebo budú oslovení reklamnou kampaňou.

RealAudio®

Softvérový program, ktorý sťahuje a prehráva audio súbory.

Real time (Reálny čas)

Reálne uskutočnenie určitej udalosti znamená, že sa daná udalosť odohrá v danom konkrétnom čase. Keď jeden človek komunikuje v chatovacej miestnosti, alebo posiela správu (*pozri Instant messaging*), reaguje v reálnom čase, nakoľko je táto reakcia okamžitá.

Refferal link (Odkazujúci link)

Odkazujúca stránka alebo odkazujúci link je miesto, na ktoré užívateľ klikne, aby sa dostal na stránku svojho záujmu. Inými slovami, keďže hyperlink spája jednu URL adresu s druhou, kliknutím na link sa prehliadač pohne z odkazujúcej URL na konečnú URL. Tiež známy pod pojmom zdroj návštev.

Referral fees

Poplatky uhradené inzerentom za doručenie otázok ohľadne nákupu alebo reálne uskutočnenie predaja.

Registration (Registrácia)

Proces, počas ktorého návštevníci stránky poskytnú o sebe informácie, a tým k nej získajú prístup. Webové stránky využívajú registračné údaje na lepšie cielenie jednak samotného obsahu stránky a zároveň reklamy. Registrácia je buď dobrovoľná alebo povinná.

Repeat visitor (Opakovaný návštevník)

Unikátny užívateľ, ktorý navštívil webovú stránku viackrát počas určitej špecifikovanej doby.

Repeat visit (Opakovaná návšteva)

Priemerné číslo počtu návratov jedného užívateľa počas špecifikovaného obdobia.

Rich media (Bohaté médium)

Metóda komunikácie, ktorá zlučuje animáciu, zvuk, video a/alebo interaktivitu. Môže byť použitá buď jednotlivo, alebo v kombinácii s nasledovnými technológiami: prietokové (streamované) médium, zvuk, flash s využitím jazykových programov ako sú Java, Javascript a DHTML. Táto metóda sa môže distribuovať cez web a bezdrôtovou komunikáciou, vrátane emailu, Web dizajnu, bannerov, tlačidiel a interstitialov.

Robot

Program, ktorý beží automaticky bez ľudskej intervencie. Robot je dotovaný umelou inteligenciou tak, aby mohol reagovať na rozličné situácie. Dvomi najbežnejšími druhmi robotov sú agenti a spider (pavúk). Komerčné roboty slúžia na indexovanie webových stránok, ale užívateľovi nezobrazia obsah vyžiadaného dokumentu, len link na stránku. Osobné roboty poskytujú užívateľovi možnosť zhliaďnúť vyžiadajúcu webovú stránku, a to obvykle v offline režime. Tiež známe ako BOTS.

ROI - Return on Investment (Návrat investícií)

Čistý zisk delený investíciami.

RON (Run-of-net)

Typ reklamnej kampane, kedy sa reklamné formáty zobrazia v rámci celej siete a to prostredníctvom dostupných formátov. Inzerent obvykle súhlasí s neumiestnením reklamného formátu na popredných pozíciách, výmenou za intenzívnejšiu kampaň pri nižšej CPM.

ROS (Run-of-Site)

Plánovanie reklamnej kampane, kedy sa reklamné formáty zobrazujú v rámci celej stránky. Inzerent obvykle zvolí tento spôsob umiestnenia formátov kvôli nižším nákladom, ako by boli náklady spojené s umiestnením formátu na špecifickú podstránku.

Router

Zariadenie, ktoré spája akýkoľvek počet LAN. Routery používajú záhlavia a doručovacie tabule na určenie smeru paketov a zároveň navzájom komunikujú, aby nakonfigurovali čo najlepšiu trasu prenosu informácie medzi dvomi host počítačmi.

S**Sample (Vzorka)**

Podskupina ľudí, ktorá podlieha analýze správania za účelom získania informácií o tejto skupine.

Sampling frame

Zdroj, odkiaľ sa vzorka získava.

Scripts

Súbory, ktoré iniciujú rutinné správanie sa stránky, ako napr. dynamické generovanie webových stránok ako odpoveď na užívateľov vstup a podobne.

SDSL Symmetrical Digital Subscriber Line

Typ DSL, ktorý využíva k prenosu dát len jeden z dvoch káblov. SDSL umožňuje prenos dát, hlasu alebo faxu domácim a malým kanceláriám zdieľaním jedného telefónu.

Search Engine (Vyhľadávač)

Program, ktorý napomáha užívateľom nájsť na webe potrebné informácie. Metóda nájdania potrebnej informácie je udržiavanie indexu webových zdrojov, ktoré môžu byť vyžiadané na základe definície kľúčového slova alebo viacerých slov.

Sell-through rate (Pomer predanej reklamy)

Percento predanej reklamy klasickým spôsobom alebo barterom.

Server

Počítač, ktorý distribuuje súbory zdieľané v LAN, WAN alebo na internete. Tiež známy ako „HOST“.

Server centric measurement

Meranie internetovej populácie na základe záznamov (logov) servera.

Server-initiated ad impression (Zobrazenia reklamy iniciované serverom)

Jedna alebo dve metódy, ktoré sa používajú na meranie úspešnosti reklamnej kampane. Obsah reklamy je užívateľovi doručený pomocou dvoch metód – iniciácia serverom a iniciácia klientom. Sčítanie reklamných zobrazení pomocou metódy iniciácie serverom, využíva na vytvorenie požiadavky formátovanie a presmerovanie obsahu stránky prevádzkovateľa. Pri tejto metóde by sa sčítanie malo uskutočniť následne po odpovedi na reklamu a objaviť na reklamnom serveri alebo na serveri stránky, prípadne neskôr počas procesu. *Pozri Zobrazenie reklamy na základe iniciácie klienta.*

Server pull

Proces, pomocou ktorého si užívateľov prehliadač udržiava automatické alebo nastavené spojenie a profil so serverom stránky. Prehliadač si obvykle nastaví unikátnu požiadavku, ktorá sa elektronicky zaznamená a uloží pre potreby budúceho využitia. Napr.: požiadavka na automatické doručovanie emailových newsletterov, požiadavka na zobrazovanie určitého obsahu podľa užívateľom zadaných kritérií, alebo nastavenie osobnej webovej stránky, pomocou ktorého užívateľ získava informácie.

Server push

Proces pomocou, ktorého server udržiava otvorené spojenie s prehliadačom a to po zadanej požiadavke na načítanie určitej stránky. Cez takéto spojenie server pokračuje v obnovovaní stránok a obsahu, aj keď užívateľ nezadá žiadnu inú požiadavku týkajúcu sa takejto informácie.

Session

1. sekvencia aktivity užívateľa na internetovej stránke. Ak užívateľ nezadá inú požiadavku v priebehu 30 minút, bude ďalší obsah alebo požiadavka na reklamu tvoriť začiatok novej session,
2. séria užívateľských transakcií môže byť meraná prostredníctvom stránok zobrazujúcich sa postupne. Napr. jedna session môže obsahovať návštevu na webovej stránke, pokračovať kliknutím na reklamný formát, prejsť na stránku inzerenta a vykonať nákup. *Pozri Návšteva.*

Session cookies

Cookies, ktoré sa naťahujú na RAM počítača a sú funkčné len počas tej jednej session. Keď prehliadač stránku opustí, cookies sa automaticky vymažú. Nazývame ich dočasné cookies a takéto cookie sa nezapisuje na pevný disk užívateľovho počítača. *Pozri Cookie.*

Set-top box

Elektronické zariadenie, ktoré je prepojené s televízorom a umožňuje pripojenie na internet, hry alebo káblové systémy.

SGML - Standard Generalized Markup Language

Materský jazyk pre HTML súbor.

Shockwave

Plug-in prehliadača vytvorený spoločnosťou Macromedia umožňujúci zobrazenie multimediálnych objektov ako sú animácia, audio a video záznam.

Shop bot

Inteligentný agent vyhľadávajúci najlepšie cenové ponuky na internete.

Site-centric measurement

Meranie internetovej populácie získanej z logov serverov webových stránok.

Skins

Nastaviteľná grafika, ktorá umožňuje internetovým užívateľom priebežne meniť vzhľad ich desktopov alebo prehliadačov bez nutnosti meniť nastavenia funkcií počítača. Sú zväčša marketingovým nástrojom.

Skyscraper

Úzky vysoký reklamný formát. IAB odporúča používanie dvoch veľkostí: 120*600 pixelov a 160*600 pixelov.

Slotting fee

Poplatky účtované mediálnymi agentúrami alebo priamo médiami inzerentom za získanie popredných pozícií na ich stránkach, za exkluzivitu alebo inú formu privilegovanosti.

Smart Card

Výzorom podobné kreditným kartám, tieto karty obsahujú mikroprocesorový chip, na ktorom sú uložené dáta. Tieto chipy sú nosičmi rôznych informácií od peňažných hodnôt až po tajné informácie a aplikácie, ktoré slúžia na vykonanie rôznych operácií ako sú napr. zdravotné záznamy. V súčasnosti sa používajú kontaktné karty, bezkontaktné a kombinované karty. Kontaktné smart karty musia byť vložené do čítačky na smart karty. Tieto karty obsahujú kontaktný pliešok na tej strane, ktorou sa vytvára spojenie s čítačkou. Načítanie alebo zaznamenanie informácií sa vykoná prostredníctvom pliešku. Bezdotykové smart karty obsahujú internú anténu a chip. Interná anténa umožňuje komunikáciu a prenos informácií s transakčným centrom. Na redukovanie času prenosu je potrebná vzájomná blízkosť oboch médií. Kombinovaná karta funguje na princípe oboch predchádzajúcich kárt. Sú typické pre interaktívnu TV, kedy vložením karty do káblového prijímača divák dekoduje program.

SMTP Simple Mail Transfer Protocol

Protokol slúžiaci na prenos mailu.

Sniffer (Elektronické detekčné zariadenie)

Softvér, ktorý rozoznáva možnosti prehliadača jednotlivých užívateľov. Vyhľadáva napr. možnosti, ktoré môže poskytnúť program Java, plug-in prehliadača, šírku pásma, rozlíšenie obrazovky, apod.

Space (Priestor)

Priestor určený na umiestnenie reklamného formátu na stránke. Každá pozícia je stránkou jednoznačne určená. Na jednej stránke sa môžu nakonfigurovať viaceré pozície.

Spam

Slangový výraz, ktorý sa používa na označenie nevyžiadaných mailov.

Spider (Pavúk)

Program automaticky zachytávajúci webové stránky. Pavúky sa tiež používajú na naplnenie stránok vyhľadávačov. Svoj názov získali vďaka schopnosti pohybovať sa po sieti. Pavúk môže začať svoju činnosť kdekoľvek, pretože väčšina webových stránok obsahuje linky iných stránok. Akonáhle pavúk zistí výskyt linku na inú stránku, okamžite ju zachytí. Veľké vyhľadávače majú mnoho pavúkov fungujúcich súčasne. *Pozri Robot.*

Splash page (Splashová stránka)

Stránka, ktorá získava prednosť pred stránkou vyžiadanou užívateľom, a obvykle je to stránka propagujúca novinky alebo reklamný formát. Splashová stránka je načasovaná tak, aby sa po krátkom čase zatvorila alebo po kliknutí na jej obsah presmerovala užívateľa stránku inzerenta. Známa tiež ako interstitial. Tieto stránky nespádajú pod kvalifikáciu zobrazenia stránky, ale kvalifikujú sa ako zobrazenie reklamy.

Sponsor (Sponzor)

1. sponzorom je inzerent, ktorý sponzoruje reklamu, a tým pomáha sponzorovať alebo podporovať webovú stránku, na ktorej sa reklama zobrazuje.
2. inzerent, ktorý má zvláštny vzťah s webovou stránkou a podporuje jej špecifické vlastnosti poskytovaním napr.: článkov alebo kolekcie článkov na určitú tému.

Sponsorship (Sponzoring)

Inzertná spolupráca inzerenta s webovou stránkou formou, ktorá poskytuje inzerentovi zviditeľnenie a výhody nad rámec bežných reklamných pozícií. Ak je spolupráca naviazaná na určitý obsah, môže inzerentovi zabezpečiť cielenejšiu reklamu ako iné formy reklamy.

Static ad placement/Static rotation (Statické umiestnenie reklamného formátu/statická rotácia)

1. reklamný formát je umiestnený na stránku na určité obdobie (bez ohľadu na počet impresií),
2. reklama bez rotovania s inými reklamnými kampaňami na tej istej napr. bannerovej pozícii.

Stickiness (Súdržnosť)

Veličina určená na meranie efektivity návštevnosti stránky a jej schopnosti udržať si užívateľov. Táto veličina je určená časovou dĺžkou strávenou užívateľom na stránke.

Streaming (Tok)

1. technológia, ktorá umožňuje doručenie audio a video záznamov zo vzdialenej webovej stránky.
2. technika prenosu internetových dát, ktorá umožňuje užívateľovi sledovať video záznamy a prehrať si audio záznamy. Host alebo zdroj komprimuje súbor a následne ho v malých packetoch prenesie cez internet k užívateľovi.

Streaming media player (Prehrávač streamovaných médií)

Softvérový program, ktorý slúži na dekompresiu audio a/alebo video súborov, takže si ich užívateľ môže prehrať. Príkladom takýchto programov sú Real Player, Windows Media Player alebo Quick Time Player.

Superstitials®

Interstitial vytvorený spoločnosťou Unicast, ktorý je pred prehraním kompletne uložený. Špecifikácia rozmeru je 550*480 pixelov (2:3 obrazovky), veľkosť súboru maximálne do 100 kB a dĺžka zobrazenia do 20 sekúnd.

Surfing (Surfovanie)

Prehliadanie svetovej internetovej siete.

T**T-commerce**

Elektronický obchod uskutočňovaný prostredníctvom interaktívnej televízie.

T-1

Vysoká rýchlosť internetového pripojenia (1,54 megabitov za sekundu alebo vyššia).

T-3

Veľmi vysoká rýchlosť internetového pripojenia (45 megabitov za sekundu alebo vyššia).

TCP/IP Transmission Control Protocol/Internet Protocol

Sieťový protokol, ktorý podporuje komunikáciu v sieti počítačov pracujúcich na rôznej architektúre a pod rôznymi operačnými systémami.

Target audience (Cieľová skupina)

Skupina internetovej populácie, na ktorú je reklama zameraná, a ktorá je definovaná na základe demografických faktorov ako sú napr. vek, pohlavie, príjem, atď; vychádzajúc z nákupného správania užívateľov a nimi využívaných produktov a médií.

Terms & Conditions (Podmienky)

Zmluvné podmienky poskytovania služieb.

Textual ad impressions (Textové zobrazenie reklamy)

Doručenie textového reklamného formátu na prehliadač užívateľa. Užívateľ môže znemožniť stiahnutie a zobrazenie grafických prvkov a tým urýchliť proces pripojenia na stránku. Keď sa stránka načíta, užívateľovi sa zobrazí značka a textový odkaz na pozícii, kde je umiestnený banner. Ak má užívateľ len textový prehliadač, doručí sa mu textový odkaz, ktorý sa zaznamená ako textové reklamné zobrazenie.

Third-party ad server (Reklamný server tretej strany)

Nezávislé spoločnosti – tretie strany, ktoré sa špecializujú na manažovanie, údržbu, doručenie, meranie a analýzu výsledkov on-line kampane. Doručia cieleňú reklamu, ktorá môže byť ušitá na mieru na základe predpokladaných alebo potvrdených preferencií užívateľa.

302 Redirect (Presmerovanie 302)

Proces, kedy server zašle prehliadaču polohu vyžadanej reklamy, radšej ako by poslal samotnú reklamu. Reklamné servery používajú presmerovanie 302 na zaznamenávanie aktivít užívateľa, ako sú napr. požiadavka na reklamu alebo kliknutie na reklamný formát.

Throughput (Priechod)

Množstvo dát prenesených cez internet ako odpoveď na vyžiadanú požiadavku.

Token

Tag alebo záznam pripojený prijímajúcim serverom k URL adrese stránky vyžadanej užívateľom. Životnosť tokenu trvá len počas priebežných sérií požiadaviek užívateľa, bez ohľadu na dĺžku intervalu medzi jednotlivými požiadavkami. Token sa môže používať na zistenie počtu unikátnych užívateľov.

Total ad impressions (Celkový počet zobrazení reklamného formátu)

Súčet všetkých grafických a textových zobrazení formátu bez ohľadu na zdroj. *Pozri Reklamné zobrazenie.*

Total unique users (Celkový počet unikátnych užívateľov)

Pozri Unikátny užívateľ.

Total visits (Celkový počet návštev)

Celkový počet prehliadačov navštevujúcich webovú stránku počas určitého časového obdobia. Celkový počet návštev by mal byť odfiltrovaný od aktivity robotov, ale môže zahŕňať návštevy od návštevníkov vracajúcich sa na stránku.

Total visitors (Celkový počet návštevníkov)

Celkový počet prehliadačov alebo jednotlivcov, ktorí navštívili stránku počas určitého obdobia.

Traffic

Počet návštev a/alebo užívateľov, ktorí stránku navštívili.

Transfer (Prenos obsahu stránky)

Úspešná odpoveď na požiadavku, a tiež stav keď prehliadač obdrží od servera kompletnú stránku s obsahom.

Transitional ad (Prechodová reklama)

Reklama, ktorá sa zobrazí medzi webovými stránkami. Inými slovami, užívateľ vidí reklamu, keď sa pohybuje medzi stránkou A a B. Tiež známy ako interstitial.

Transitional pop-up (Prechodný pop-up)

Formát, ktorý sa objaví, „vyskočí“ v oddelenom okne v čase medzi načítaním dvoch stránok.

Triggers (Spúšťače)

Príkaz host serveru, ktorý upozorní káblový prijímač o tom, že má k dispozícii interaktívny obsah. Divák je o takomto obsahu informovaný cez ikonu alebo text, na ktorý môže kliknúť. Keď pomocou diaľkového ovládača klikne na ikonu či text, spúšťač zmizne a na obrazovke sa zobrazí viac obsahu.

U

UMTS (Univerzálny mobilný telekomunikačný systém)

Širokopásmový prenos textu, digitálneho hlasu, video záznamov na báze packetov, pričom sa prenosová rýchlosť blíži k 2 megabitom za sekundu a viac, a ponúkajúci služby užívateľom mobilných počítačov a telefónov bez ohľadu na to, kde sa momentálne nachádzajú.

Unduplicated audience (Neduplicitná internetová populácia)

Počet unikátnych užívateľov, ktorí navštívia určitú doménu, stránku alebo sú vystavení pôsobeniu reklamy za určité obdobie.

Unique user (Unikátny užívateľ)

Unikátny jednotlivec alebo prehliadač, ktorý navštívil stránku za určité obdobie alebo mu bol doručený obsah stránky a/alebo reklama prostredníctvom emailu, newslettera, interstitialu a pop-up formátov. UU je identifikovaný jednak pomocou cookie alebo registráciou užívateľa. Záznamy o unikátnych užívateľoch by mali odfiltrovať aktivitu robotov.

Unique visitor (Unikátny návštevník)

Unikátny užívateľ, ktorý navštívi webovú stránku za určité obdobie.

Universe

Celkové číslo meranej internetovej populácie.

Unresolved IP addresses (Neurčené IP adresy)

IP adresy, ktoré neidentifikujú ich doménu prvého alebo druhého rádu. Takéto adresy by mali byť zhromaždené a zaznamenané ako neurčené. *Pozri Domény.*

Upload

Posielanie dát z počítača do siete. Typickým príkladom sú emaily.

URL Uniform resource Locator (Jednotný zdrojový lokátor)

Jedinečná adresa, pomocou ktorej sa identifikuje stránka na webe. Obsahuje všetky informácie potrebné na lokalizáciu zdroja, vrátane protokolu (obvykle http), názvu domény (alebo IP adresu), dráhu súboru (adresár a meno) a formátu (obvykle HTML alebo CGI).

URL tagging (Identifikačné označenie URL)

Proces implantovania unikátnych identifikátorov do URL adresy, ktorá je obsiahnutá v HTML súbore. Webové servery rozoznávajú tieto identifikátory na základe požiadavky. V prípade, že sa vynechá vyrovnanie, takáto identifikácia by mala umožniť prijateľné určenie počtu návštev a to cez informácie v URL.

Usenet

Komunikačná aplikácia.

User (Užívateľ)

Jednotlivec s prístupom na svetovú internetovú sieť

User agent string

Pole na súbore logu servera, ktoré dokáže identifikovať špecifický softvérový prehliadač a operačný systém počítača, ktorý zadal požiadavku.

User centric measurement

Výsledok merania internetovej populácie na základe správania sa vzorky užívateľov.

User registration (Registrácia užívateľov)

Informácie poskytnuté samotnými užívateľmi, obvykle obsahujúce informácie o veku, pohlaví, poštovom smerovacom čísle, atď. Registračný systém je založený na ID a hesle, a to za účelom určenia počtu unikátnych užívateľov a zaznamenávania správania sa užívateľov na stránke.

V**Viewer**

Osoba, ktorá sleduje obsah na stránke, prípadne zhliadne reklamný formát. Neexistuje spôsob merania týchto osôb.

Viral marketing

1. akákoľvek reklama propagujúca samu seba,
2. reklamné alebo marketingové techniky, ktoré sa „rozširia“ ako vírus prechádzaním so zákazníka na zákazníka.

Visit (Návšteva)

Meranie, ktoré bolo odfiltrované od aktivity robotov jedného alebo viacerých stiahnutí textov/grafických prvkov zo stránky v priebehu 30 nepretržitých minút neaktivity a môže byť priradené k jednému prehliadaču za jednu session.

Visit duration (Trvanie návštevy)

Čas, počas ktorého je užívateľ vystavený pôsobeniu reklamy a obsahu webovej stránky v priebehu jednej session.

Visitor (Návštevník)

Osoba alebo prehliadač, ktorý navštívi webovú stránku v priebehu určitého času.

VRML Virtual Reality Modeling Language (Modelovací jazyk virtuálnej reality)

Programovací jazyk, ktorý má slúžiť ako 3D analógia pre HTML súbor.

W**WAA - Wireless Advertising Association (Asociácia pre bezdrôtovú reklamu)**

Obchodná asociácia propagujúca bezdrôtovú reklamu. Jej členovia sú výrobcovia prenosných zariadení, výrobcovia softvéru, prepravcovia a operátori, maloobchodníci a inzerenti. *Pozri www.waaglobal.org*

WAN Wide Area Network

Skupina navzájom prepojených počítačov vytvárajúcich sieť, pričom nenachádzajú na jednom fyzickom mieste.

WAP Wireless Application Protocol

Špecifikácia pre súbor komunikačných protokolov určená na štandardizáciu spôsobu použitia bezdrôtových zariadení v súvislosti s využitím internetu, ako sú napr. mobilné telefóny, PDA a iné.

WAP device

Akémkoľvek zariadenie (mobilný telefón, PDA alebo simulátor), ktoré umožňuje prístup k bezdrôtovému obsahu.

WAP phones

Mobilné telefóny využívajúce bezdrôtové protokolové aplikačné technológie na umožnenie prístupu na internet. Display na Wap telefóne sa môže využiť na zobrazenie reklamy.

WASP Wireless Applications Service Provider

Organizácia, ktorá poskytuje obsah a aplikácie pre bezdrôtové zariadenia.

Web beacon (Webový maják)

Programový riadok, ktorý sa používa webovou stránkou alebo treťou stranou na zaznamenávanie aktivity užívateľov, ako sú napr. registrácia či konverzia. Webový maják je často neviditeľný, pretože jeho veľkosť je 1*1 pixel a je bezfarebný. Je tiež známy pod pojmom web bug, nulový GIF, neviditeľný GIF či tracker GIF.

Web site (Webová stránka)

Virtuálna lokalita/doména určitej spoločnosti alebo osoby využívajúcej svetovú internetovú sieť.

Web bug

Pozri Web beacon.

Webcasting

Doručenie audio a/alebo video záznamu prípadne animácie cez internet v reálnom čase.

X

XML (eXtensible Markup Language)

Kvalitnejší a dynamickejší nástupca HTML súborov využívajúci SGML a HTML tagy na štruktúrovanie informácie. *Pozri SGML a HTML.*

Y

Yield

Percento realizovaných kliknutí voči počtu zobrazení reklamného formátu na stránke. Tiež click rate.