ПРАВИЛА ПРИМЕНЕНИЯ РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА САЙТАХ, В СЕРВИСАХ АО «МТС РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

1. Основные положения

1.1. Настоящие Правила применения рекомендательных технологий на сайтах, в сервисах АО «МТС Рекламные технологии» (далее – Правила) разработаны в целях выполнения требований Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ.

1.2. Правила содержат применимые к информационному ресурсу:

- описание процессов и методов сбора, систематизации, анализа сведений, относящихся к предпочтениям Пользователей сети «Интернет», предоставления информации на основе этих сведений, способов осуществления таких процессов и методов;
- виды сведений, относящихся к предпочтениям Пользователей сети «Интернет», которые используются для предоставления информации с применением рекомендательных технологий, источники получения таких сведений.

1.3. При применении информационных технологий осуществляется сбор, систематизация и анализ сведений, относящихся к предпочтениям пользователей сети «Интернет», находящихся на территории Российской Федерации.

2. Используемые Термины

Алгоритм рекомендательных технологий – автоматизированная система последовательных операций по выбору информации или иных объектов сервиса, которые могут отвечать предпочтениям конкретного Пользователя, на основе истории взаимодействия такого Пользователя с информационным ресурсом.

Владелец информационного ресурса – АО «МТС Рекламные технологии».

Гипотеза – обоснованное предположение о причинах и взаимосвязях в отношении предпочтений Пользователя.

Информационный ресурс – сайты, сервисы, включая личные кабинеты на них, АО «МТС Рекламные технологии», на которых применяются рекомендательные технологии.

Пользователь – физическое лицо, использующее Информационный ресурс, включая функционал Рекомендательных технологий.

Пользовательские данные – это доступная информация о Пользователях, аккумулируемая сервисами или непосредственно переданная сервисам Пользователями.

Предпочтения Пользователя – совокупность сведений об информации, материалах, товарах или иных объектах, с которыми взаимодействовал Пользователь в процессе использования информационного ресурса и иных доступных ресурсов.

Рекомендательные технологии – информационные технологии предоставления информации на основе сбора, систематизации и анализа сведений, относящихся к предпочтениям Пользователей сети «Интернет», находящихся на территории Российской Федерации.

Сервисы экосистемы МТС – информационные ресурсы, доступные для использования на условиях соответствующих соглашений Пользователям таких ресурсов, и оказываемых от имени ПАО «МТС» и/или лицами, входящими в группу компаний ПАО «МТС».

3. Описание процессов и методов работы рекомендательных технологий

3.1. **Процесс работы рекомендательных технологий** обеспечивается программным или программно-аппаратным комплексом, реализующим функционал рекомендаций на основании математических алгоритмов, Гипотез и включает следующие этапы:

- Сбор и систематизация сведений о предпочтениях Пользователя на основе Алгоритма работы рекомендательных технологий;
- Анализ сведений о Предпочтениях Пользователя с использованием применимых методов формирования рекомендаций;
- Предоставление Пользователю рекомендаций, основанных на сведениях о Предпочтениях Пользователя.

3.2. В работе Рекомендательных технологий Информационного ресурса используются следующие **методы формирования рекомендаций**:

- Метод контент-ориентированных рекомендаций. При использовании указанного метода рекомендации строятся на основе совпадения характеристик объектов, с которыми Пользователь успешно взаимодействовал.
- Метод коллаборативной фильтрации. При использовании указанного метода рекомендации Пользователю основаны на гипотезе о том, что Пользователи, сходные между собой, могут обладать схожими предпочтениями.
- Метод рекомендаций, основанных на знаниях. При использовании указанного метода рекомендации осуществляются на основе знаний об определенной предметной области отрасли и сочетаемости объектов между собой.
- Метод гибридных рекомендаций. При использовании указанного метода одновременно применяются несколько методов формирования рекомендаций.

3.3. При сборе сведений о предпочтениях Пользователя могут использоваться способы **сбора сведений**, включающие опросы, анкетирование, тестирование Пользователей, иные способы получения информации непосредственно от Пользователей, и/или опосредованные способы сбора сведений, включая получение сведений об истории действий и контента Пользователя.

3.4. Обработка данных о Пользователе для работы рекомендательных технологий осуществляется при условии соблюдения законодательства о защите персональных данных и с учетом требования иных нормативных правовых актов.

3.5. При разработке и применении алгоритма рекомендательных технологий и предоставлении Пользователю рекомендаций владелец информационного ресурса стремится:
- исключить явное несоответствие циклов потребления объектов рекомендации и циклов их рекомендаций;
- учитывать особенности целевой аудитории, к которой относится Пользователь;
- избегать искусственного сужения кругозора Пользователя и препятствования предоставлению ему новой информации;
- своевременно выявлять недобросовестную деятельность третьих лиц, в том числе фрод систем и ботов, по имитации интереса массы Пользователей («накрутка») и минимизировать ее влияние на рекомендации Пользователю.

4. Источники и виды сведений

4.1. Виды сведений, используемых в работе Рекомендательных технологий:
- Канал подключения Пользователя к Сервисам экосистемы МТС;
- Информация о подключенных Пользователем Сервисах экосистемы МТС;
- История взаимодействия Пользователя с элементами каталогов Сервисов экосистемы МТС;
- Атрибуция элементов каталогов;
- Общая информация о популярности элементов каталогов на основе анализа данных из открытых источников.

4.2. Источники сведений, используемых в работе Рекомендательных технологий:
- Сведения из истории взаимодействия Пользователя с Сервисами экосистемы МТС;
- Файлы cookie (в соответствии с условиями согласия на их использование);
- Сведения из доступных информационных систем и открытых баз данных.

5. **Иные положения**

5.1. Правила не применяются:
- к отношениям в сфере рекламы, в том числе персонализированной;
- к методам и подходам редакционного или административного (не автоматизированного) формирования рекомендаций.

Процессы и методы, не включенные в Правила, а также обоснованные отступления от положений Правил, не могут быть признаны противоречащими принципам этичности, разумности, добросовестности и справедливости только по той причине, что такие процессы и методы не включены в Правила или не полностью соответствуют положениям Правил.

5.2. Адрес электронной почты для направления юридически значимых сообщений: nda@stream.ru