

1. Общие положения по содержанию рекламных материалов

- 1.1 Запрещено использование скриптов, самопроизвольно открывающих какой-либо адрес в текущем или новом окне браузера.
- 1.2 Запрещено использование каких-либо звуковых эффектов в рекламных материалах.
- 1.3 Рекламируемый продукт должен прямо или косвенно относиться к учебной или внеучебной деятельности учащихся и/или их родителей.
- 1.4 Рекламные материалы должны соответствовать общепринятым морально-этическим нормам и не нарушать Уголовный кодекс РФ, в частности статьи 129 (клевета), 130 (оскорбление), 137 (нарушение неприкосновенности частной жизни), 138 (нарушение тайны переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных или иных сообщений), 146 (нарушение авторских и смежных прав), 147 (нарушение изобретательских и патентных прав), 207 (заведомо ложное сообщение об акте терроризма), 274 (нарушение правил эксплуатации ЭВМ, системы ЭВМ или их сети), 275 (государственная измена), 280 (публичные призывы к насильственному изменению конституционного строя Российской Федерации), 282 (возбуждение национальной, расовой или религиозной вражды), 283 (разглашение государственной тайны), 298 (клевета в отношении судьи, присяжного заседателя, прокурора, следователя, лица, производящего дознание, судебного пристава, судебного исполнителя), 310 (разглашение данных предварительного расследования), 311 (разглашение сведений о мерах безопасности, применяемых в отношении судьи и участников уголовного процесса), 354 (публичные призывы к развязыванию агрессивной войны), 359 (наемничество), 319 (оскорбление представителя власти), 320 (разглашение сведений о мерах безопасности, применяемых в отношении должностного лица правоохранительного или контролирующего органа), 329 (надругательство над Государственным гербом Российской Федерации или Государственным флагом Российской Федерации), 330 (самоуправство).
- 1.5 Баннеры, мешающие восприятию информации на сайте и вызывающие у пользователей сайта негативную реакцию могут быть сняты с сайта. При этом владелец баннеров предупреждается об этом не менее, чем за 5 рабочих дней. За эти дни он может предоставить другой баннер, который будет тут же размещен вместо старого.
- 1.6 Баннеры, цвет фона которых совпадает с фоном сайта, должны иметь рамку, по цвету отличную от фона сайта для разделения содержания баннера и контента сайта. Толщина рамки минимум 1 пиксель.

2. Технические требования к баннерам JPEG, PNG, GIF

- 2.1 Размер любого JPEG, PNG, GIF баннера не должен превышать 100 Кб.
- 2.2 Запрещены баннеры
 - ✓ часто и интенсивно моргающие, раздражающие глаз;
 - ✓ с элементами интерфейса ОС (кнопки «ОК», выпадающие меню, титульные строки окон и пр.).
- 2.3 Код баннера не должен использовать тег IFRAME.

3. Технические требования к баннерам SWF (Flash)

- 3.1 Flash-баннер должен быть выполнен в формате Flash v 8.0 (или ниже).
- 3.2 Частота кадров в баннере не должна превышать 30 кадров/сек.
- 3.3 Баннер не должен подгружать данные извне, т.е. с адресов, не принадлежащих проекту Электронный журнал ЭлЖур (eljur.ru).
- 3.4 Сайт рекламодателя должен открываться только в новом окне.
- 3.5 На кнопке баннера (основной ссылке) должен быть следующий код:

```
on (release) { getURL (_root.link1,"_blank"); }
```

При этом, нет необходимости включать ссылку в баннер, так как ссылка будет передаваться баннерной системой (в переменной link1 через FlashVar). Таким образом, при изменении ссылки не нужно будет перекомпилировать баннер, а достаточно, всего лишь, отразить изменения в баннерной системе. Размещение данного кода позволяет учитывать CTR флеш баннеров.

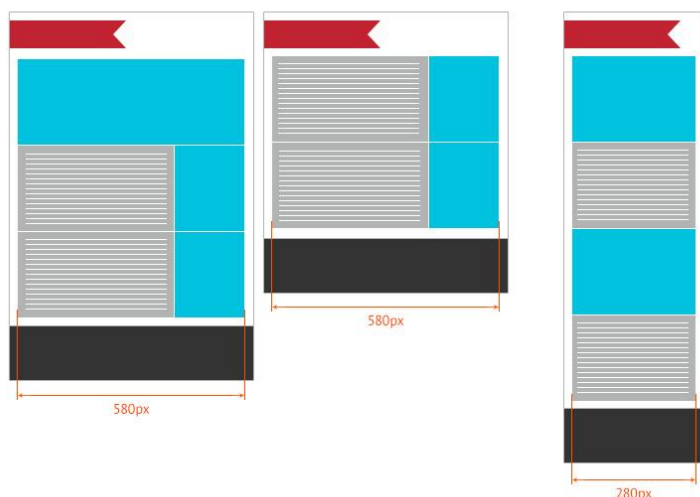
Вариант Action Script:

```
Var obj:Object = this.root.loaderinfo.parameters;  
var url:String = obj.link1;  
btn.addeventlistener(mouseevent.CLICK,onclick);  
function onClick(e:MouseEvent):void{  
navigateToURL(new URLRequest(url), "_blank");  
}
```

- 3.6 Баннер не должен использовать более 25% процессорных ресурсов компьютера пользователя согласно данным на закладке Performance в Task Manager.
- 3.7 Размещение flash-баннера только при обязательном наличие gif-версии (для тех пользователей у которых нет flash-проигрывателя).
- 3.8 При размещении анимированного баннера необходимо сделать флеш-кнопку, при клике на которую будет подгружаться тяжелый анимированный баннер, с информацией о его весе. Вес баннера той части, которая загружается сразу без дополнительных кликов пользователя должна быть не больше 35Кб.
- 3.9 По требованию службы технической поддержки сайта, в течении суток должен быть предоставлен исходный код баннера в случае возникновения подозрений по поводу нарушения вышеперечисленных ограничений на содержание и функционирование баннера.

4. Технические требования к макету письма для рассылки

- 4.1 Макет предоставляется в случае, если рассылка запланирована на 20 000 пользователей и более
- 4.2 Макет должен быть представлен в формате PSD/AI
- 4.3 Текст и ссылки из макета должны быть представлены отдельно
- 4.4 В макете необходимо соблюдать ширину области данных в 580 пикселей на широкой версии писем и 280 пикселей - на узкой, также должна быть учтена возможность трансформации макета из 580 пикселей в 280 пикселей без потери информации в письме, т.е. текст и изображения должны оставаться читаемыми.
- 4.5 Должна быть соблюдена одноколоночная или двухколоночная верстка (как на рисунке). Содержание колонок не может выходить за их пределы.



5. Технические требования к готовому письму HTML

- 5.1 Письмо должно быть сверстано в нашем шаблоне, и не содержать внешних ресурсов: все требуемые изображения передаются специалисту по рекламе.
- 5.2 Все графические элементы письма должны быть представлены отдельно.
- 5.3 В готовом письме в формате HTML не должно содержаться веб-форм и встроенных скриптов на языке JavaScript
- 5.4 В письме необходимо соблюдать ширину области данных в 580 пикселей на широкой версии писем и 280 пикселей - на узкой, также должна быть учтена возможность трансформации письма из 580 пикселей в 280 пикселей без потери информации в письме, т.е. текст и изображения должны оставаться читаемыми.
- 5.5 Необходимо учитывать и проверять корректное отображение верстки письма в различных почтовых клиентах и сервисах, а также на мобильных устройствах.
- 5.6 Специалист по рекламе может отправить письмо на доработку, если при его проверке обнаружится некорректное отображение на почтовом клиенте или на мобильном устройстве или несоответствие предъявляемым требованиям.

6. Требования к теме рассылаемого письма

- 6.1 Запрещается в теме для рассылаемого письма
 - ✓ писать отдельные слова или всю тему ЗАГЛАВНЫМИ буквами.
 - ✓ использовать много знаков вопроса, восклицательных знаков, специальных символов. использовать слова и словосочетания связанные с деньгами: «Купи», «Заработай», «Скидка» и т.п.
 - ✓ использовать заголовки вида «Тест» и подобные им. Важно указывать реальные заголовки.
 - ✓ нельзя писать в заголовках суммы в любой валюте (99 руб)