

Правила применения рекомендательных технологий сервиса «МТС Live»

1. Основные положения

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

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.

2. Термины

2.1. В Правилах использованы 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 - Публичное акционерное общество «Мобильные ТелеСистемы» (место нахождения: Российская Федерация, 109147, г. Москва, ул. Марксистская, д. 4, ИНН/КПП 7740000076/770901001, ОГРН 1027700149124).

Пользователь доменного имени – Общество с ограниченной ответственностью "Московская дирекция театрально-концертных и спортивно-зрелищных касс" (юридический адрес: 109004, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Таганский, ул. Станиславского, д. 21, стр. 3, помещ. I, этаж 2, ком. №1, ОГРН: 1137746647114, ИНН: 7710944197, КПП: 770901001, адрес электронной почты: support@ticketland.ru).

Единственным пользователем доменного имени live.mts.ru является ООО «МДТЗК» на основании договора с ПАО «МТС».

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

Информационный ресурс – информационный ресурс, на котором применяются рекомендательные технологии – веб-сайт, размещенный по адресу <https://live.mts.ru>, а также мобильное приложение, связанное с указанным сайтом.

Пользователь – физическое лицо, использующее информационный ресурс, включая функционал рекомендательных технологий.

Пользовательские данные – это доступная информация о пользователях, аккумулируемая сервисами или непосредственно переданная сервисам пользователями.

Пользовательские предпочтения – совокупность сведений об информации, материалах, товарах или иных объектах, с которыми взаимодействовал пользователь в процессе использования информационного ресурса и иных доступных ресурсов.

Пользовательский интерфейс – организованное и скомпонованное графическое отображение информационных, декоративных элементов и элементов управления функционалом сервиса.

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

3. Описание процессов и методов работы рекомендательных технологий

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

- Сбор и систематизация сведений о предпочтениях пользователя на основе алгоритма работы рекомендательной системы;
- 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 рекомендации. При использовании указанного метода рекомендации строятся на основе совпадения характеристик объектов, с которыми пользователь успешно взаимодействовал.
- Метод рекомендаций, основанных на знаниях. При использовании указанного метода рекомендации осуществляются на основе знаний об определенной предметной области отрасли и сочетаемости объектов между собой.
- Рекомендации, реализованные ручным подбором без использования знаний о пользователе, на базе выбранного жанра или категории контента.

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 актов.

3.5. При разработке и применении алгоритма рекомендательных технологий и предоставлении пользователю рекомендаций владелец информационного ресурса стремится:

- учитывать особенности целевой аудитории, к которой относится пользователь;
- избегать искусственного сужения кругозора пользователя и препятствования предоставлению ему новой информации;

4. Источники и виды сведений

4.1. Виды сведений, используемых в работе рекомендательных технологий:

Товарные предпочтения пользователя, выделение отдельных товаров и инвентаря в избранное, данные опросов пользователя и исследований схожих групп пользователей.

4.2. Источники сведений, используемых в работе рекомендательных технологий:

- *Файлы cookie (в соответствии с условиями согласия на их использование);*
- *сведения из открытых источников о пользователе и его предпочтениях;*
- *сведения из анкет, опросов и иные сведения, предоставленные пользователем;*
- *сведения из доступных информационных систем и баз данных*
- *данные из смежных систем ПАО МТС, в которых пользователь дал согласие на передачу этих 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: support@ticketland.ru.