

Правила применения рекомендательных технологий МТС Банка

1. Основные положения

1.1. Настоящие Правила применения рекомендательных технологий **МТС Банка** (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.

1.3. На информационном ресурсе при применении информационных технологий предоставления информации осуществляется сбор, систематизация и анализ сведений, относящихся к предпочтениям пользователей сети "Интернет", находящихся на территории Российской Федерации.

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 «МТС-Банк» (ОГРН 1027739053704, ИНН 7702045051, адрес: 115432, г. Москва, пр-т. Андропова, д. 18, корп.1, адрес электронной почты info@mtsbank.ru.

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

Информационный ресурс – информационный ресурс, на котором применяются рекомендательные технологии – программа для ЭВМ под названием «МТС Банк» или под другим названием по выбору Владельца информационного ресурса, включая web-версию, расположенную по адресу <https://www.mtsbank.ru/>. Сервис размещается в сети Интернет, в магазинах мобильных приложений App Store и Google Play Market

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.

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:

- 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 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 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:

- История взаимодействия с элементами каталогов Информационного ресурса;
- Канал подключения клиента к продуктам Владельца информационного ресурса;
- Атрибуция элементов каталогов (например, стоимость, вхождение в подписки и т.д.)
- Общая информация о популярности элементов каталогов на основе анализа открытых источников
- Товарные предпочтения

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).

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:
info@mtsbank.ru.