

1. Bannery

1. obecná pravidla

1. banner musí být ve formátu **jpg, png, gif** (sekce 1.2), **HTML5** (sekce 1.3), **swf, swc** (sekce 1.3) nebo jako externí skript, který banner vykreslí (sekce 1.4)
2. rozměry bannerů musí být následující (v px):

pozice	šířka	výška
Leaderboard	1000, 1010	100 - 250
Levý skyscraper	120 - 160	600
Pravý skyscraper	120 - 160	600
Square	300	300
Rectangle	1000	310
Skyscraper tvůrce	120	600
Login branding	1000	400 - 600
Video přehrávač branding	670	350 - 720
Film stripe	690	37
Hypertext	48	48
Partner sekce	200	70

3. u brandingů loginů musí být místo u horního okraje uprostřed o minimální velikosti 400 x 200 px pro formulář přihlášení
4. u brandingů videopřehrávače musí být místo o minimální velikosti 520 x 300 px, do kterého se umístí samotný video přehrávač

2. statické obrázky

1. obrázek musí mít nastavenou rozumnou kompresi, aby zbytečně nezatěžoval internetovou konektivitu návštěvníků ČSFD.cz

3. HTML5

1. HTML5 reklama musí být definována jedním hlavním souborem index.html nebo index.htm

ČSFD.cz - technická specifikace reklamních formátů

- hlavní soubor může načítat další soubory jako třeba obrázky, videa či JavaScript nebo kaskádové styly - tyto soubory musí být umístěny ve stejném adresáři jako hlavní soubor
- pokud se mají počítat prokliky do systému ČSFD.cz musí být proklik banneru konfigurovatelný přes parametr `redir`, který se předá hlavní stránce takto `index.html?redir=<URL>` nebo `index.htm?redir=<URL>`. Parametr `<URL>` nahradí náš systém za reálné URL, na které má reklama po kliknutí přesměrovat, reklama musí být tedy připravena tak, aby si parametr `redir` z URL vytáhla a po kliknutí přesměrovat na URL uvedené v tomto parametru. Možné řešení je uvedeno v příloze 2.
- jelikož je stránka vložena přes `iframe`, musí se odkazy otevírat vně tento `iframe`, například přes parametr `target="_blank"` u odkazu
- všechny soubory potřebné pro běh reklamy musí být zabaleny do jednoho ZIP souboru. Soubory nesmí být v ZIPu v adresáři. Pokud má mít banner jinou než defaultní velikost, musí název tohoto ZIP souboru končit **sirkaxvyska** (př. `ad_banner_200x50.zip` - tento banner bude mít velikost 200px na šířku a 50px na výšku)

4. flash

- flash musí být dodán jako jeden soubor, jedinou výjimkou je pravidlo 1.3.2
- pokud je součástí banneru video, je možné toto video načíst z externího souboru, který je dohledáván ve stejném adresáři jako banner
- proklik banneru musí být konfigurovatelný pomocí **clickthru**, **clickTag**, **clickTAG** a **clickTarget**. Vlastní implementaci lze provést například způsobem uvedeným v příloze 1.
- pokud flash banner obsahuje zvuk, musí být ve výchozím nastavení vypnut a spustit lze až po uživatelské interakci

5. externí script

- banner lze vykreslit pomocí vlastního HTML kódu
- je možné použít libovolný validní HTML + JavaScript kód, ale je třeba zabezpečit, aby kód fungoval ve všech prohlížečích a za všech okolností
- je nepřijatelné, aby načítání externích závislostí z pomalého zdroje viditelně zpomalovalo vykreslování stránky
- všechny externí skripty se musí načítat přes zabezpečený **https** protokol!

6. trackování

- počet impresí je vždy počítán v interním systému ČSFD.cz do kterého klient může získat přístup pro zobrazení statistik vlastní kampaně
- počet impresí si může klient měřit i vlastním dodaným skriptem, na které se vážou stejná pravidla jaká jsou uvedena v bodě 1.5
- počet prokliků je v systému ČSFD.cz počítán pouze pokud není použita varianta vykreslení pomocí vlastního skriptu (1.5)

2. Video reklama

1. obecná pravidla

1. video je možné dodat ve formátu **mov, avi, mp4, webm, flv, mpg, wmv** v libovolném rozlišení a datovém toku
2. video bude automaticky zkonvertováno do nejvhodnějšího formátu a rozlišení
 1. používáme až 3 možná rozlišení 1080p, 720p a 360p (jedná se o výšku videa)
 2. každé video se vždy zkonvertuje minimálně do nejnižšího rozlišení 360p
 3. čím kvalitnější zdroj videa bude dodán, tím se video zkonvertuje i do kvalitnějších rozlišení, uživatel se pak přehraje v nejvyšším možném rozlišení, které si vybral pro přehrávání videí na ČSFD.cz. Příklad:
 - a. video s rozlišením 720x576 px se zkonvertuje pouze do rozlišení 450x360 px
 - b. video s rozlišením 1280x720 px se zkonvertuje do rozlišení 1280x720 px a 640x360 px
 - c. video s rozlišením 1920x1080 px se zkonvertuje do rozlišení 1920x1080 px, 1280x720 px a 640x360 px
3. maximální velikost souboru s video reklamou je 100 MB

2. trackování

1. počet impresí a prokliků je vždy počítán v interním systému ČSFD.cz do kterého klient může získat přístup pro zobrazení statistik vlastní kampaně
2. počet impresí si může klient měřit i vlastním dodaným skriptem, na které se vážou stejná pravidla jako jsou uvedena v bodě 1.4

3. Mobilní reklama - Android - bannery

1. obecná pravidla

1. banner může být ve formátech **jpg, png, gif** (pouze statický, ne animovaný)
2. u banneru musí být věnována zvláštní péče nastavené kompresi, protože se posílá do mobilních zařízení
3. banner je třeba dodat v následujících rozměrech (v px): 450x375, 600x500 a 900x750
4. banner je možné umístit do stránky (roluje s obsahem) nebo jako patičku stránky (zůstává přilepen ke spodnímu okraji obrazovky)

2. trackování

1. počet impresí a prokliků je vždy počítán v interním systému ČSFD.cz do kterého klient může získat přístup pro zobrazení statistik vlastní kampaně
2. počet impresí není možné měřit klientským skriptem

4. Mobilní reklama - Android - splash

1. obecná pravidla

1. banner může být ve formátech **jpg, png, gif** (pouze statický, ne animovaný)
2. u banneru musí být věnována zvláštní péče nastavené kompresi, protože se posílá do mobilních zařízení
3. banner je třeba dodat v následujících rozměrech (v px):
 1. square: 300x300, 500x500, 800x800

2. trackování

1. počet impresí a prokliků je vždy počítán v interním systému ČSFD.cz do kterého klient může získat přístup pro zobrazení statistik vlastní kampaně
2. počet impresí není možné měřit klientským skriptem

5. Mobilní reklama - iPhone - bannery

1. obecná pravidla

1. banner může být ve formátech **jpg, png, gif** (pouze statický, ne animovaný)
2. u banneru musí být věnována zvláštní péče nastavené kompresi, protože se posílá do mobilních zařízení
3. banner je třeba dodat v následujících rozměrech (v px): 300x250 a 600x500
4. banner je možné umístit do stránky (roluje s obsahem) nebo jako patičku stránky (zůstává přilepen ke spodnímu okraji obrazovky)

2. trackování

1. počet impresí a prokliků je vždy počítán v interním systému ČSFD.cz do kterého klient může získat přístup pro zobrazení statistik vlastní kampaně
2. počet impresí není možné měřit klientským skriptem

6. Mobilní reklama - iPhone - splash

1. obecná pravidla

1. banner může být ve formátech **jpg, png, gif** (pouze statický, ne animovaný)
2. u banneru musí být věnována zvláštní péče nastavené kompresi, protože se posílá do mobilních zařízení
3. banner je třeba dodat v následujících rozměrech (v px):
 1. square: 320x320, 640x640

2. trackování

1. počet impresí a prokliků je vždy počítán v interním systému ČSFD.cz do kterého klient může získat přístup pro zobrazení statistik vlastní kampaně
2. počet impresí není možné měřit klientským skriptem

7. Mobilní video reklama - Android a iPhone

1. obecná pravidla

1. video je možné dodat ve formátu **mov, avi, mp4, webm, flv, mpg, wmv** v libovolném rozlišení a datovém toku
2. video bude automaticky zkonvertováno do nejvhodnějšího formátu a rozlišení
3. maximální velikost souboru s video reklamou je 100 MB

2. trackování

1. počet impresí a prokliků je vždy počítán v interním systému ČSFD.cz do kterého klient může získat přístup pro zobrazení statistik vlastní kampaně
2. počet impresí není možné měřit klientským skriptem

8. Newsletter

1. obecná pravidla

1. šířka obrázku musí být maximálně **700px** (ideálně přesně 700px)

9. Přílohy

1. Příloha 1 - Definice prokliku pro flash

```
on (release) {  
  if (_root.clickthru == undefined && _root.clickTag) {  
    _root.clickthru = _root.clickTag;  
  }  
  if (_root.clickthru == undefined && _root.clickTAG) {  
    _root.clickthru = _root.clickTAG;  
  }  
  if ( _root.clickTarget == undefined) {  
    _root.clickTarget = "_top";  
  }  
  getURL(_root.clickthru, _root.clickTarget);  
}
```

a na tlačítko se navěsí událost:

```
import flash.events.MouseEvent;  
import flash.net.URLRequest;  
JMENO_TLACITKA.addEventListener(  
  MouseEvent.CLICK,  
  function(event: MouseEvent) : void {  
    flash.net.navigateToURL(new URLRequest(  

```

```
        root.loaderInfo.parameters.clickthru),
    root.loaderInfo.parameters.clickTarget);
    }
);
```

více informací lze nalézt v doporučeních [SPIR.cz](#).

2. Příloha 1 - Definice prokliku pro HTML5

Funkce pro vytažení parametru `redir` z URL, lze využít obecně:

```
function getQueryParam(paramName) {
    var qs = location.search;
    qs = qs.substr(qs.indexOf("?") + 1);
    allParams = qs.split("&");
    for (i = 0; i < allParams.length; i++) {
        keyVal = allParams[i].split("=");
        if (keyVal[0] == paramName) {
            return unescape(keyVal[1]);
        }
    }
    return null;
}
```

Záměna všech odkazů za URL z parametru `redir`. Toto funguje pouze pokud vaše reklama řeší odkazování pomocí tagu `...`. Pokud řešíte odkazování jinak, musíte zařídit, aby odkaz vedl na předaný parametr `redir` sami.

```
document.addEventListener("DOMContentLoaded", function (event) {
    var aredir = document.getElementsByTagName('a');
    for (i = 0; i < aredir.length; i++) {
        aredir[i].href = getQueryParam('redir');
    }
});
```