

Załącznik numer 5

Wyjaśnienie pojęć użytych w dokumencie

1. **Dystrybucja reklamy** – rozpowszechnianie za pośrednictwem Internetu wszelkich materiałów promujących określony podmiot lub jego działalność lub jego produkty lub usługi lub produkty pozostające w jego dyspozycji;
2. **Udostępnianie** – zdefiniowane w Ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r., Nr 90, poz. 631 j.t.) następujące pola eksploatacji utworów lub przedmiotów praw pokrewnych: nadawanie (w tym na potrzeby dokumentu np. webcasting, simulcasting własny), reemisja (w tym na potrzeby dokumentu np. simulcasting cudzy) lub publiczne udostępnianie utworów lub przedmiotów praw pokrewnych w taki sposób, aby każdy miał do nich dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym;
3. **Utwór** – utwór w rozumieniu Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r., Nr 90, poz. 631 j.t.);
4. **Podmioty promujące** - podmioty, które działając w imieniu własnym lub reklamodawcy organizują i/lub planują i/lub przeprowadzają dystrybucję reklamy czyli m.in. kampanię reklamową, promocję sprzedaży, sponsoring, kampanię z wykorzystaniem marketingu bezpośredniego.
5. **Pośrednicy** - pozostałe podmioty uczestniczące w procesie dystrybucji reklamy lub sprzedaży produktów / usług reklamodawcy (np. agenci).
6. **Prawa pokrewne** – prawa pokrewne w rozumieniu Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r., Nr 90, poz. 631 j.t.);
7. **Reklamodawcy** - podmioty, które odpłatnie lub za wynagrodzeniem w innej formie zleciły dystrybucję reklamy dotyczącej tego podmiotu lub jego działalności lub jego produktów lub usług lub produktu pozostającego w jego dyspozycji.