МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

«Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет

информационных технологий, механики и оптики»

**Факультет программной инженерии и компьютерной техники**

Направление (специальность) – 09.04.02 Информационные системы и технологии

Специализация – Веб-технологии

Дисциплина – Исследование экосистем веб-языков и веб-технологий

Курсовая работа

ТЕМА: Веб-технологии в SMM

ВЫПОЛНИЛ

Студент группы   P41621 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Сясегова А.П.

№  группы подпись, дата ФИО

ПРОВЕРИЛ к.пед.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Государев И.Б.

ученая степень, должность подпись, дата ФИО

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ  
2019 г.

Содержпние

[Введение 3](#_Toc9028962)

[1. Инструменты SMM 5](#_Toc9028963)

[2. Веб-технологии в контент-маркетинге 9](#_Toc9028964)

[Приложение 1 17](#_Toc9028965)

[Приложение 2 22](#_Toc9028966)

**Введение**

Создание проекта – это только малый шаг на пути к успеху. Чтобы о проекте узнали, и он стал действительно востребованным, о нем нужно заявить обществу. Самый действенный способ в современном мире, чтобы осуществить данную задачу – медийная реклама, Интернет-маркетинг. Интернет-маркетинг – самая молодая разновидность маркетинга, к помощи которой прибегает подавляющее большинство фирм и компаний, даже если их бизнес не связан с интернетом напрямую.

SMM стремительно набирает обороты; социальные сети так плотно вошли в нашу жизнь, что люди стали засыпать с телефонами в руках. Мы привыкли выбирать, изучать, покупать в Интернете все, что угодно. Это удобно и быстро. Продающие компании вынуждены идти в ногу со временем и быть на одной волне с клиентом. «Подружиться» со своим клиентом – лучший способ узнать о его потребностях и предпочтениях. А так же завоевать положительное мнение от своей целевой аудитории. Однако не всегда SMM, ввиду отсутствия в компании опытного специалиста, является удачным способом продвижения проекта. В своем многообразии инструментов SMM многие из них не обходятся без веб-технологий.

Веб-технологии привносят в SMM свою изюминку. С их использованием продвижение становится намного эффективнее, интереснее и проще.

Все вышесказанное говорит нам об актуальности выбранной темы курсовой работы «Веб-технологии в SMM».

Объектом исследования являются инструменты SMM и их применение в маркетинге.

Предмет исследования – веб-технологии в инструментах SMM.

Область исследования – социальные медиа.

Цель курсовой работы: определить, какие веб-технологии используются при продвижении проектов в социальных медиа.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

1. Изучить инструменты маркетинга в социальных медиа.
2. Выбрать один из инструментов и рассмотреть, какие веб-технологии применяются в этом случае.
3. Определить достоинства применения веб-технологий в SMM.
4. **Инструменты SMM**

SMM (Social Media Marketing, в переводе с англ. «маркетинг в социальных медиа») – это перспективный инструмент поиска оригинальных и интересных способов привлечения покупателей и клиентов, продвижение Интернет-ресурсов в социальных сетях, блогах, на форумах.

Социальными медиа в Интернет-маркетинге как правило называются форумы, блоги, социальные сети и т.д. На данных площадках пользователи пользуются свободой общения и поиска информации.

Инструменты SMM-маркетинга становятся все более востребоваными среди Интернет-маркетологов. Компании малого и среднего бизнеса обращаются к социальным сетям как к одному из самых эффективных инструментов Интернет-маркетинга. Рынок Интернет-рекламы растет и набирает обороты с каждым годом. Скоро его объем обгонит рекламу на телевидении.

Вместе с популярностью и рынком Интернет-маркетинга развивается и SMM. Появляются новые инструменты, приложения и платформы.

В SMM используются как белые, так и черные методы продвижения. Некоторые инструменты маркетинга могут как помочь, так и навредить в продвижении через социальные сети.

Перед началом применения инструментов SMM, нужно понимать, что маркетинг в социальных медиа направлен в первую очередь на увеличение спроса пользователей на услуги.

Если проект продвигается через социальные сети, вы привлекаете целевую аудиторию в группы, повышаете известность бренда и ваш трафик.

Остановимся и более подробно рассмотрим существующие и более современные инструменты SMM.

1. **Контент-маркетинг.** Данный инструмент является основой SMM. Качество контента определяет работу и эффективность остальных инструментов маркетинга.
2. **Управление сообществом (комьюнити-менеджмент).** В первую очередь этот инструмент является общением с пользователями. Комьюнити-менеджер или администратор группы в первую очередь должен вовремя обрабатывать информацию поступающую от пользователей. Позитивные и негативные отзывы, вопросы возникающие о продвигаемом продукте. Следует установить четкое время реакции (в идеале около 1-2 часов). Аудитории вряд ли понравится ждать ответа несколько дней или недель. Чтобы ускорить время реакции можно составить сборник наиболее часто задаваемых вопросов.

Ни в коем случае нельзя удалять негативные отзывы и комментарии. Следует публично и вежливо их обрабатывать, а так же учитывать и исправлять замечания. При таком подходе количество подобной рефлексии снизится, а работа и ваш проект получат больший спрос.

Так же ни в коем случае не стоит игнорировать аудиторию. Лучше всего стимулировать аудиторию к обсуждениям, поддерживая таким образом активность в группах и, как следствие, узнаваемость бренда.

1. **Активации в играх социальных сетей.** Онлайн-игры в социальных сетях также используются для продвижения бренда через социальные сети. В качестве примера рассмотрим игру «Веселая ферма». В данной игре создается брендированный дом. Пользователь, зашедший в дом, будет выполнять какие-то действия, которые будут превращаться в действия в социальной группе бренда. Данный инструмент является массовым и популярным.
2. **Офферы в ленте новостей Facebook.** Офферы или предложения – акции или купоны для подписчиков на те или иные продукты. Существуют определенные настройки купонов. Например, определенный срок действия, подключения штрихкода или QR-кода. Данный инструмент интересен встроенной функцией. При активации купона пользователем в ленте Facebook транслируется новость о его активации, что позволяет собрать больший охват аудитории.
3. **Виджеты.** Отличный инструмент для увеличения подписчиков в социальных группах. Большего эффекта достигает при размещении виджетов на сайтах с большой посещаемостью, нежели на только что появившихся в сети. Очень просты для пользователей: в один клик, не переходя по многочисленным ссылкам, они могут подписаться на заинтересовавший их аккаунт или группу. Так же виджет можно настроить так, чтобы было видно, кто из крцга общения пользователя уже успел подписаться на группу. Это вызывает больше доверия.
4. **Круговое продвижение.** Продвижение чего-то нового за счет уже существующего и успешно функционирующего. Например, при запуске нового канала, об этом сообщается на другом уже довольно развитом канале. Либо в готовой базе для e-mail рассылки, пользователям сообщается о каком-то новом проекте.
5. **Хэштеги.** Twitter стал первой социальной сетью, придумашей хэштеги и введшей их в эксплуатацию. Хэштеги хорошо работают в Instagram, Twitter и ВКонтакте. Существуют специальные платформы, которые могут проанализировать и подобрать подходящие хэштеги (Hashtagify.com, Websta.me).
6. **Поисковая оптимизация внутри социальных сетей.** Так же как и в поисковых системах, например, Google и Яндекс в социальных сетях есть внутренний поиск. И так же, как и сайты, социальные группы и паблики необходимо оптимизировать, чтобы они ранжировались в поиске социальных сетей. Некоторые инструменты SEO-оптимизации, которые используются для сайтов, подойдут и в данном случае:
   * Ключевые слова. Их легко подобрать, используя для этого инструменты, такие как Яндекс.Вордстат или Google AdWords.
   * Выбранные ключевые слова используются в названии и описании группы так, чтобы их понимали не только поисковые роботы, но и обычные пользователи.
   * Количества ключевых слов в описании должно быть умеренно.
   * Главный фактор ранжирования групп – не количество пользователей или ключевых слов, а количество посещений группы и ее общая активность.
   * В приоритете выдачи группы, использующие только белые методы SMM.
7. **Социальный бейдж сайта или сниппет.** Это то, как отображается сайт в сообщениях социальных сетей и мессенджеров при расшифровке ссылки. Обычно настраивается заголовок, подзаголовок и картинка для привлечения внимания. На ней можно разместить рекламу или горячее предложение.
8. **Таргетированная рассылка Facebook и ВКонтакте.** Не имеет ничего общего со спам-рассылкой. Сообщения приходят в личные сообщения только тем пользователям, которые сами подписались на группу или отдельную рубрику рассылки сообщества ВКонтакте и разрешили такие сообщения. В Facebook же необходимо вступить во взаимодействие с интересующим брендом посредством лайка поста или клика по кнопе Call-to-action.

Таким образом, можно увидеть, что существует множество инструментов маркетинга в социальных медиа. В следующем параграфе рассмотрим более подробно один из них.

1. **Веб-технологии в контент-маркетинге**

Почему же веб-технологии в SMM сейчас так важны? Рассмотрим данный вопрос на примере контент-маркетинга.

Многие годы изображения, аудио и видео были представлены пользователю на сайтах исключительно в статичном виде. Сейчас же, с развитием технологий, мы можем видеть на просторах Интернета динамическую интерактивную информацию. За счет этого появилась возможность создавать все более интересный и привлекательный для пользователя контент.

На рисунке 1 можно увидеть материалы сайта Snowfall. Здесь прекрасно сочетаются изображения, видео и хорошая подача материала, что объединяет в себе лучшие веб-технологии.

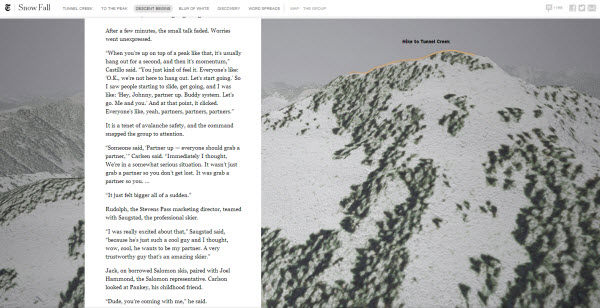


Рис. 1. Snowfall

Несмотря на то, что вся конструкция выглядит довольно сложной, подобного результата можно достичь, не имея огромного бюджета. При возможности посмотреть исходный код, разработчик легко может адаптировать его под необходимую информацию. Открыв исходный код, мы видим, что такого результат разработчики добились благодаря стилям CSS и скриптам, созданным на основе javascript.

**Прокрутка изображений**

Давайте рассмотрим простой пример. Concert Hostels создали визуальное сравнение объема iPod с количество виниловых пластинок. При нажатии на стрелку вниз прогружается стопка пластинок, имитирующая объем плеера (рис 2).

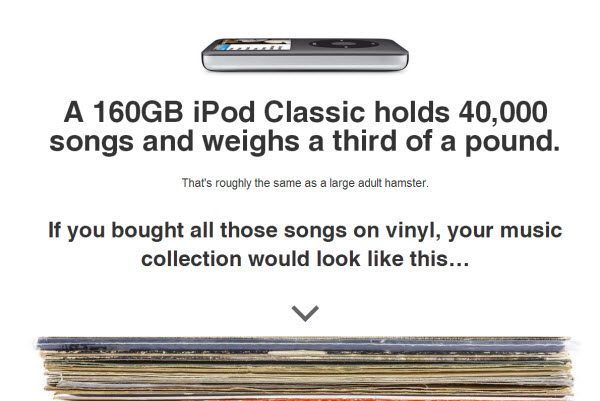


Рис. 2. Сравнение объема плеера с количеством виниловых пластинок

С технической точки зрения нет ничего проще. Стек с пластинками состоит из одного изображения, которое повторяется снова и снова, пока не будет достигнута емкость.

Значение устанавливается для количества изображений, которое необходимо показать (количество виниловых пластинок, которое может хранить iPod Classic). Затем запускается цикл, который повторяет изображение до тех пор, пока не достигнуто значение. Сценарий можно найти в исходном коде.

**Вычисления**

В контент-маркетинге существует тенденция – создать уникальную вещь для каждого посетителя. Этого можно достичь с помощью математических вычислений, произведенными посредством javascript.

В качестве примера рассмотрим See Your Folks.

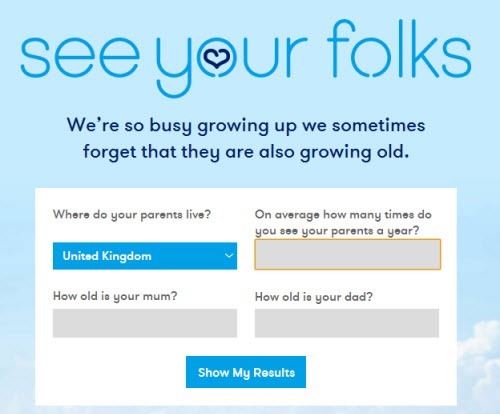


Рис. 3. Сайт See Your Folks

Создатели собрали этот сайт за сутки, чтобы напомнить окружающим о том, как важны семейные узы. Это также довольно умное использование математики для создания контента. Пользователь вводит место проживания, возраст родителей и сколько раз в год он видится с родителями. Затем движок сайта рассчитывает, сколько раз человек может увидеть своих родителей.

Как это происходит:

* Когда пользователь вводит страну, каждому присваивается значение, основанное на средней продолжительности жизни именно в этой стране.
* Берется возраст матери и отца и находится среднее значение.
* Находится среднее от средней продолжительности жизни.
* Это число умножается на количество того, сколько раз пользователь видит родителей в год.
* Число округляется до целого.

Так же есть отдельный код, когда вводится возраст только одного из родителей. И триггер, если введенное значение превышает ожидаемый национальный возраст. Весь код представле в Приложении 1.

**Интерактивная инфографика**

Статичная инфографика давно отошла на второй план. Для привлечения аудитории используют интерактивную инфографику. Результатов можно достичь, например, с помощью javascript, который позволяет менять и обрабатывать информацию на странице, не обращаясь при этом к серверу. Результат будет сразу отображаться для пользователя, при этом нет необходимости переходить по ссылкам.

Для контент-маркетинга это огромный плюс. Отпадает необходимость читать статью со всевозможными вариантами. Можно просто настроить необходимые параметры, чтобы получить актуальную информацию для конкретного пользователя.

**Прокручивание страниц**

Вернемся к примеру Snowfall, где события на странице инициируются позицией, которую достиг пользователь. Лучший способ узнать, как это работает, - разбить элементы, используемые на сайте The Future of Car Sharing.

Хотя здесь присутствует javascript, многие элементы дизайна на самом деле просто CSS.

Все элементы изображения, которые мы видим на странице сайта (рис. 3) – это элементы CSS. Часть исходного кода представлен в Приложении 2. Прочитав код, мы можем увидеть, что все элементы зафиксированы, ходя при просмотре кажется, что они движутся. На самом деле движется лишь машина и несколько интерактивных битов.



Рис. 3. Страница сайтаThe Future of Car Sharing

В начале мы видим перемещение самолета. Если просмотреть код элемента, мы увидим постоянную перемену положения на плоскости. Это происходит с помощью кода javascript, который изменяет нижнее местоположение плоскости, создавая иллюзию, по которой он движется.

// PLANE ANIMATION

$(document).ready(function planeAnimation() {

$("#plane").

animate({bottom:'520px'},1200,'linear').

animate({bottom:'470px'},1200,'linear',planeAnimation);

});

// PLANE ENTRANCE ANIMATION

function planeAnimation() {

if( $("#plane").css('opacity') == 1)

$("#plane").

delay(1100).

animate({opacity:1,left:'+=1150'},2200);

}

// ENTRANCE ANIMATIONS

$(document).ready(function (){

carAnimation();

planeAnimation();

hillEntranceAnimation();

});

Что, если из контент-маркетинга убрать элементы javascript и CSS? Останется статичная страница в просторах сети, примечательная только лишь текстом. Такая страница вряд ли способна привлечь современного пользователя. В свзязи с этим, такой инструмент, как контент-маркетинг потеряет свою эффективность.

**Заключение**

В данной работе были рассмотрены наиболее популярные инструменты SMM.

В современном мире слишком быстро меняются тенденции, взгляды, желания и запросы пользователей. Вместе с этим растет и изобретательность разработчиков и Интренет-маркетологов. Сейчас уже сложно представить продвижение в Интернете в полном отсутствии веб-технологий. Потому что только с их помощью можно добиться результата, набрать свою аудиторию и получить успех в продвижении проектов.

# Список использованной литературы

1. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. Social Network sites: Definition, history, and scholarship, Journal of Computer – Mediated Communication // Journal of Computer – Mediated Communication. – 2008. №13. pp. 210-230.
2. Content Marketing: Now Powered By Technology – URL: https://www.koozai.com/blog/content-marketing-seo/technology-content-marketing/
3. Snowfall – URL: http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/
4. The Future of Car Sharing – URL: http://futureofcarsharing.com/
5. Абрамова А. А. «Классификация инструментов продвижения в SMM» [Текст] / А. А. Абрамова. – Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли. Сборник трудов научно-практической конференции, 2018. – С. 3-6.
6. Гламазда А. В. «Новейшие технологии Интернет-маркетинга» [Текст] / А. В. Гламазда. – В сборнике: INTERNATIONAL INNOVATION RESEARCH сборник статей XII Международной научно-практической конференции , 2018. – С. 140-143.
7. Горевая Е. С., Гаранина М. В. «Эволюция системы интернет-маркетинга: новые инструменты и трансформация концепций» / Е. С. Горевая. – Бизнес. Образование. Право. 2017. № 4 (41). С. 123–129.
8. Катаев Т. В., Катаева А. М. «Интернет-маркетинг» / Т. В. Катаев. – Ростов-на-Дону-Таганрог, 2017.
9. Савостина К. С., Калитина В. В. «Современные тренды продвижения в социальных сетях» [Текст] / К. С. Савостина, В. В. Калитина. – Молодой ученый №19(205), 2018. – С.70-73.
10. Халимов Т. М., Загидуллин Т. Р. «Контент-маркетинг: Причины неудач и пути их решения» / Т. М. Халимов. – Сборники конференций НИЦ Социосфера №61, 2014. – С. 168-170.

**Приложение 1**

**Вычисления на сайте See Your Folks**

///////////////////////////////

// See Your Folks calculation

///////////////////////////////

function submit(){

var sel = document.getElementById("Example");

var country = sel.options[sel.selectedIndex].value;

var mum = (Number(mumAge.value));

var dad = (Number(dadAge.value));

var time = (Number(userTime.value));

var average = ((mum+dad)/2);

var result = ((country-average)\*time);

result = Math.round(result \* 10) / 10;

var yearsOver = (average-country);

var mumOver = (mum-country);

var dadOver = (dad-country);

var mumResult = ((country-mum)\*time);

var dadResult = ((country-dad)\*time);

// Average Result

if (result > 0){

document.getElementById("demo").innerHTML= "You will see your parents</br>" + " <span>" + result + "</span></br> " + "times before they are expected to die.";

}

else {

document.getElementById("demo").innerHTML= "Your parents are living</br>" + " <span>" + yearsOver + "</span></br> " + "years beyond the age they are expected to die.";

}

// Alternative Results

if(document.getElementById("dadAge").value == ""){

document.getElementById("demo").innerHTML= "You will see your Mum</br>" + " <span>" + mumResult + "</span></br> " + "times before she is expected to die.";

}

if(document.getElementById("dadAge").value == "" & (mum > country)){

document.getElementById("demo").innerHTML= "Your mum is living</br>" + " <span>" + mumOver + "</span></br> " + "years beyond the age she is expected to die.";

}

if(document.getElementById("mumAge").value == ""){

document.getElementById("demo").innerHTML= "You will see your Dad</br>" + " <span>" + dadResult + "</span></br> " + "times before he is expected to die.";

}

if(document.getElementById("mumAge").value == "" & (dad > country)){

document.getElementById("demo").innerHTML= "Your dad is living</br>" + " <span>" + dadOver + "</span></br> " + "years beyond the age he is expected to die.";

}

// Validation

if(document.getElementById("mumAge").value == "" & document.getElementById("dadAge").value == ""){

document.getElementById("demo").innerHTML= "You need to enter at least one of your parent's age.";

}

if(document.getElementById("userTime").value == ""){

document.getElementById("demo").innerHTML= "You need to enter how many times a year you see your parents on average.";

}

if(document.getElementById("userTime").value == "0"){

document.getElementById("demo").innerHTML= "You need to input a number larger than 0.";

}

// If Result is 0

if(document.getElementById("mumAge").value == country){

document.getElementById("demo").innerHTML= "In her country your Mum is at the average life expectancy age.";

}

if(document.getElementById("dadAge").value == country){

document.getElementById("demo").innerHTML= "In his country your Dad is at the average life expectancy age.";

}

if(average == country){

document.getElementById("demo").innerHTML= "In their country your parents are at the average life expectancy age.";

}

// If Result returns a NaN

if (isNaN(mumResult)) {

document.getElementById("demo").innerHTML= "Oops...something went wrong.";

}

if (isNaN(dadResult)) {

document.getElementById("demo").innerHTML= "Oops...something went wrong.";

}

}

///////////////////////////////

// Limits input fields to numbers

///////////////////////////////

///////////////////////////////

// Div fade transitions

///////////////////////////////

$('#btn').click(function(e){

$('#calculator, .slogan').fadeOut('slow', function(){

$('#results').fadeIn('slow');

});

});

$('#btnNext').click(function(e){

$('#results').fadeOut('slow', function(){

$('#calculator,.slogan, h1').fadeIn('slow');

});

});

$('#btnStart').click(function(e){

$('#worldResults').fadeOut('slow', function(){

$('#calculator ,.slogan, h1').fadeIn('slow');

});

});

// fade in #back-top

$(function () {

// scroll body to 0px on click

$('#btn').click(function () {

$('body,html').animate({

scrollTop: 0

}, 800);

return false;

});

// scroll body to 0px on click

$('#btnNext').click(function () {

$('body,html').animate({

scrollTop: 0

}, 800);

return false;

});

});

///////////////////////////////

// Country dropdown styles

///////////////////////////////

$(function(){

$('select.styled').customSelect();

});

///////////////////////////////

// Share Buttons

///////////////////////////////

$('.popup').click(function(event) {

var width = 575,

height = 400,

left = ($(window).width() - width) / 2,

top = ($(window).height() - height) / 2,

url = this.href,

opts = 'status=1' +

',width=' + width +

',height=' + height +

',top=' + top +

',left=' + left;

window.open(url, 'twitter', opts);

return false;

});

///////////////////////////////

// Stellar Scroll

///////////////////////////////

jQuery(document).ready(function ($) {

//initialise Stellar.js

$(window).stellar();

//Cache some variables

var links = $('.navigation').find('li');

slide = $('.slide');

button = $('.button');

mywindow = $(window);

htmlbody = $('html,body');

//Setup waypoints plugin

slide.waypoint(function (event, direction) {

//cache the variable of the data-slide attribute associated with each slide

dataslide = $(this).attr('data-slide');

//If the user scrolls up change the navigation link that has the same data-slide attribute as the slide to active and

//remove the active class from the previous navigation link

if (direction === 'down') {

$('.navigation li[data-slide="' + dataslide + '"]').addClass('active').prev().removeClass('active');

}

// else If the user scrolls down change the navigation link that has the same data-slide attribute as the slide to active and

//remove the active class from the next navigation link

else {

$('.navigation li[data-slide="' + dataslide + '"]').addClass('active').next().removeClass('active');

}

});

//waypoints doesnt detect the first slide when user scrolls back up to the top so we add this little bit of code, that removes the class

//from navigation link slide 2 and adds it to navigation link slide 1.

mywindow.scroll(function () {

if (mywindow.scrollTop() == 0) {

$('.navigation li[data-slide="1"]').addClass('active');

$('.navigation li[data-slide="2"]').removeClass('active');

}

});

//Create a function that will be passed a slide number and then will scroll to that slide using jquerys animate. The Jquery

//easing plugin is also used, so we passed in the easing method of 'easeInOutQuint' which is available throught the plugin.

function goToByScroll(dataslide) {

htmlbody.animate({

scrollTop: $('.slide[data-slide="' + dataslide + '"]').offset().top

}, 1400, 'easeInOutQuint');

}

//When the user clicks on the navigation links, get the data-slide attribute value of the link and pass that variable to the goToByScroll function

links.click(function (e) {

e.preventDefault();

dataslide = $(this).attr('data-slide');

goToByScroll(dataslide);

});

//When the user clicks on the button, get the get the data-slide attribute value of the button and pass that variable to the goToByScroll function

button.click(function (e) {

e.preventDefault();

dataslide = $(this).attr('data-slide');

goToByScroll(dataslide);

});

});

**Приложение 2**

**Элементы кода CSS на сайте The Future of Car Sharing**

<…>

#wrapper {

background:transparent;

height:830px;

min-height:830px;

width:13080px;

}

#top-panel {

z-index:1;

position:relative;

background:rgb(244,212,202);

background:-moz-linear-gradient(top, rgba(244,212,202,1) 0%, rgba(255,255,236,1) 100%);

background:-webkit-gradient(linear, left top, left bottom, color-stop(0%,rgba(244,212,202,1)), color-stop(100%,rgba(255,255,236,1)));

background:-webkit-linear-gradient(top, rgba(244,212,202,1) 0%,rgba(255,255,236,1) 100%);

background:-o-linear-gradient(top, rgba(244,212,202,1) 0%,rgba(255,255,236,1) 100%);

background:-ms-linear-gradient(top, rgba(244,212,202,1) 0%,rgba(255,255,236,1) 100%);

filter:progid:DXImageTransform.Microsoft.gradient( startColorstr='#f4e5d9', endColorstr='#ffffff',GradientType=0 );

background:linear-gradient(top, rgba(244,212,202,1) 0%,rgba(255,255,236,1) 100%);

height:640px;

width:13190px;

}

#bottom-panel {

z-index:102;

position:relative;

background:rgb(74,48,15);

background:-moz-linear-gradient(top, rgba(74,48,15,1) 66%, rgba(74,48,15,0) 100%);

background:-webkit-gradient(linear, left top, left bottom, color-stop(66%,rgba(74,48,15,1)), color-stop(100%,rgba(74,48,15,0)));

background:-webkit-linear-gradient(top, rgba(74,48,15,1) 66%,rgba(74,48,15,0) 100%);

background:-o-linear-gradient(top, rgba(74,48,15,1) 66%,rgba(74,48,15,0) 100%);

background:-ms-linear-gradient(top, rgba(74,48,15,1) 66%,rgba(74,48,15,0) 100%);

filter: progid:DXImageTransform.Microsoft.gradient( startColorstr='#4a300f', endColorstr='#4a300f',GradientType=0 );

background: linear-gradient(top, rgba(74,48,15,1) 66%,rgba(74,48,15,0) 100%);

height:299px;

width:13190px;

border-top:rgba(153,153,153,0.8) solid 2px;

}

#gravely-hill {

background:transparent url(/\_media/images/bg/gravely-hill.jpg) repeat-x;

height:9px;

min-height:9px;

width:100%;

border-bottom:#999999 solid 1px;

opacity:0.4;

}

<…>

#text-block-1 {

z-index:2;

position:absolute;

left:90px;

bottom:320px;

background:transparent;

width:474px;

height:235px;

}

<…>

#sources-block-1 {

z-index:101;

position:absolute;

left:2080px;

bottom:170px;

background:transparent;

}

<…>

#cloud-1 {

z-index:2;

position:absolute;

left:-40px;

bottom:230px;

background:transparent url(/\_media/images/clouds/cloud-1.png) no-repeat;

width:248px;

height:137px;

-webkit-opacity:0.8;

-khtml-opacity:0.8;

-moz-opacity:0.8;

-o-opacity:0.8;

opacity:0.8;

-ms-filter:"progid:DXImageTransform.Microsoft.Alpha(Opacity=80)";

filter: alpha(opacity=80);

}

<…>

#hill-1 {

z-index:101;

position:absolute;

left:0px;

bottom:0px;

background:transparent url(/\_media/images/hills/hill-1.png) no-repeat;

width:128px;

height:118px;

}

<…>

#car-1 {

z-index:5;

position:absolute;

left:9400px;

bottom:44px;

background:transparent url(/\_media/images/car/car-1.png) no-repeat;

width:112px;

height:45px;

-webkit-opacity:0;

-khtml-opacity:0;

-moz-opacity:0;

-o-opacity:0;

opacity:0;

-ms-filter:"progid:DXImageTransform.Microsoft.Alpha(Opacity=0)";

filter: alpha(opacity=0);

}