1. Медіа в сучасному світі.
2. Контент і його класифікація.
3. Контент-маркетинг та контент-мейкінг.
4. Вимоги до інтернет-контенту та його життєвий цикл
5. Критерії якості контенту інтернет-медіа
6. Етапи життєвого циклу web-контенту
7. Контент-стратегія
8. Рекламна концепція та моделі її втілення
9. Стилі рекламних звернень
10. Проекційні технології в дизайні рекламі
11. Використання графічних елементів у рекламі: малюнки, комп’ютерна графіка, фотографії, інфографіка.
12. Стилі й техніки ілюстрації.
13. Відбір персонажів для візуального супроводу текстового матеріалу або для рекламного звернення
14. «Внутрішня драма продукту» та способи її візуалізації
15. Формат, розмір, кадрування.
16. Сюжетно-важливий композиційний центр.
17. Симетрія й асиметрія
18. Художні засоби побудови композиції: точка, лінія, пляма, колір, текстура, фактура.
19. Закони композиції: цілісності, типізації, контрастів.
20. Прийоми композиції: рівновага, ритм, співвідносність, масштабність, перспектива.
21. Типи композиції: замкнута, відкрита, симетрична, асиметрична, статична, динамічна.
22. Історичний розвиток вербальної комунікації
23. Науковий підхід до реклами: К. Хопкінс, Дж. Кейплз, Р. Рубікам.
24. Творчі підходи Р. Рівза, Д. Огілві, Л. Бернета.
25. Основна й додаткова маркетингова інформація у рекламному тексті
26. Заголовок і факультативні вербальні елементи рекламного продукту
27. Вимоги до графічного оформлення заголовка
28. Основні підходи до створення рекламного тексту
29. Композиційні моделі рекламного тексту
30. Аргументація у рекламі, типи аргументів
31. Вплив новітніх технологій та інтернету на систему комунікацій.
32. Нові вимоги до копірайтингу
33. Написання тексту для WEB