

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГАОУ ВО «РГУ»)

Институт социально-экономических наук  
Факультет маркетинга и рекламы  
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

## ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование направления подготовки:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование направленности (профиля): Брендинг территорий

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями

здоровья и инвалидов

Москва 2025

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Рабочая программа дисциплины

Составитель: кандидат экономических наук, доцент Секерин Д.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 4 от 20.11.2024

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы .....	5
2. Структура дисциплины.....	5
3. Содержание дисциплины.....	5
4. Образовательные технологии.....	6
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	7
5.1. Система оценивания.....	7
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине .....	8
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	11
6.1. Список источников и литературы.....	11
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для изучения дисциплины .....	11
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	11
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	12
9. Методические материалы.....	13
9.1. Планы семинарских занятий .....	13
Приложение 1 .....	14

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины:** сформировать у студентов системное понимание роли визуальных коммуникаций в цифровом пространстве, развить практические навыки создания эффективного визуального контента для различных цифровых площадок (интернет-среда и поисковые системы, соцсети и мобильные приложения) и научить оценивать «красивый дизайн» с позиции функциональности, удобства и эффективности воздействия на конечного пользователя.

#### Теоретические задачи дисциплины:

- Изучить основные понятия визуальных коммуникаций: визуальный язык, композиция, типографика, цветовая психология.
- Освоить принципы композиции и цветопередачи – научиться создавать гармоничные и выразительные визуальные решения.
- Изучить основные принципы UX-дизайна: ориентация на пользователя, информационная архитектура, минимализм и доступность.
- Изучить основные принципы UI-дизайна: визуальная иерархия, цветовая психология, пространство и баланс.

#### Практические задачи дисциплины:

- Развить навыки работы с графическими редакторами, включая нейросети (Figma, Photoprea, Шедеврум, Кандинский).
- Развить навыки создания презентаций в PowerPoint, научиться создавать презентации в нейросетях (Gamma, Presentsimple) .
- Научиться разрабатывать визуальный контент для соцсетей.

#### Профессиональные задачи дисциплины:

- Научиться анализировать визуальные коммуникации.
- Понимать правовые основы и нормы использования символики (логотипов, товарных знаков, эмблем), фотографий в визуальном контенте.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>		
ПК-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом	ПК-2.5	Знать: Уметь: Владеть:

специфики профессиональной сферы	ПК-2.12	Знать: Уметь: Владеть:
	ПК-2.14	Знать: Уметь: Владеть:

### 1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина «Визуальные коммуникации в цифровой среде» является элективной дисциплиной блока дисциплин учебного плана, формируемого участниками образовательных отношений программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленности (профиля): Бренддинг территорий.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Разработка и продвижение контента
- Межкультурное взаимодействие
- Планирование и реализация коммуникационных кампаний

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Преддипломная практика

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа.

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	10
4	Семинары	20

Всего:	30
--------	----

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 60 академических часа.

### 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Введение в визуальные коммуникации	<p>Основные понятия визуальных коммуникаций: визуальный язык, композиция, типографика, цветовая психология.</p> <p>Роль и функции визуальных коммуникаций в цифровой среде: привлечение внимания, упрощение сложной информации, формирование эмоциональной связи.</p>
2	Цифровая баннерная реклама	<p>Визуальные и вербальные элементы цифровых баннеров: стандарты, практики, требования.</p> <p>Виды и форматы баннеров: медийные, контекстные, статичные, анимированные и т.д.</p> <p>Принципы эффективного дизайна баннеров (этос, логос, пафос).</p>
3	Правовое регулирование цифровой рекламы и цифрового визуального контента	<p>Авторское право и символы.</p> <p>Бренд, торговая марка, товарный знак.</p> <p>Закон о рекламе, гражданский кодекс, патентное право и защита товарных знаков.</p> <p>Маркировка рекламного контента.</p>
4	Дизайн интерфейсов	<p>UX-дизайн: анализ потребностей пользователей, создание пользовательских сценариев, тестирование удобства интерфейса</p> <p>UI-дизайн: разработка стиля, графические элементы, анимации и интерактивность, визуальная иерархия</p> <p>Метрики успешного дизайна и ошибки новичков.</p>
5	Оценка эффективности визуальных коммуникаций	<p>Маркетинговые исследования и аудит.</p> <p>Инструменты оценки эффективности.</p> <p>Количественные и качественные методы тестирования визуальных коммуникаций</p>

#### 4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются традиционные образовательные технологии (лекции, семинары, контрольные вопросы) и активные образовательные технологии (кейсы, доклады и выступления, тестирование).

Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

**Для проведения семинарских занятий необходим компьютерный класс – аудитория с персональными компьютерами для студентов**

№	Наименование раздела дисциплины	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Введение в визуальные коммуникации	Лекция 1	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар 1	Практикум в компьютерном классе, работа с данными
		Семинар 2	Практикум в компьютерном классе, работа с данными
2	Цифровая баннерная реклама	Лекция 2	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар 3	Практикум в компьютерном классе, работа с данными
		Семинар 4	Практикум в компьютерном классе, работа с данными
3	Правовое регулирование цифровой рекламы и цифрового визуального контента	Лекция 3	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар 5	Практикум в компьютерном классе, работа с данными
		Семинар 6	Практикум в компьютерном классе, работа с данными
4	Дизайн интерфейсов	Лекция 4	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар 7	Практикум в компьютерном классе, подготовка группового проекта с презентацией
		Семинар 8	Практикум в компьютерном классе, подготовка группового проекта с презентацией
5	Оценка эффективности визуальных	Лекция 5	Лекционное занятие с использованием презентации

№	Наименование раздела дисциплины	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
	коммуникаций	Семинар 9	Практикум в компьютерном классе, подготовка группового проекта с презентацией
		Семинар 10	Защита группового проекта с презентацией

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на лекции	3 балла	<b>15 баллов</b>
- контроль на семинарских занятиях	3 балла	<b>15 баллов</b>
- защита группового проекта с презентацией	30 баллов	<b>30 баллов</b>
Промежуточная аттестация (экзамен)		<b>40 баллов</b>
Итого за семестр (дисциплину)		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с ниже приведенной таблицей.

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А, В	«отлично» / «зачтено (отлично)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо» / «зачтено (хорошо)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D, E	«удовлетворительно» / «зачтено (удовлетворительно)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F, FX	«неудовлетворительно » / не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в виде тестирования. Максимальный балл – 40, проходной балл – 26.

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

#### Примеры вопросов итогового теста

На каждый вопрос может быть несколько правильных ответов, для получения балла за вопрос необходимо выбрать все правильные ответы

а) Какой формат видео чаще используется в соцсетях?

- .avi
- .mp4
- .mov
- .mkv

б) Что не включено в основные элементы фирменного стиля?

- Логотип
- Фирменный цвет
- Организационная структура

в) Что относится к основным принципам визуальной композиции?

- Контраст, баланс, ритм
- Только цвет
- Только шрифты
- Только изображения

г) Что означает аббревиатура AR?

- Дополненная реальность
- Виртуальная реальность
- Искусственная реальность

д) Какие основные элементы включает в себя система фирменного стиля?

- Логотип
- Товарный знак
- Фирменный цвет

е) К системе фирменного стиля относят следующие основные элементы:

- Товарный знак
- Логотип
- Фирменный блок
- Реклама
- Фирменная гамма цветов
- Ребрендинг

ж) Какой элемент интерфейса помогает пользователю сориентироваться?

- Кнопка
- Навигационная панель
- Облако тегов

з) Установите правильную последовательность восприятия графического объекта:

- Цвет, форма, содержание
- Форма, цвет, содержание
- Содержание, форма, цвет

- и) Основные элементы флат-дизайна сайта:
- Геометрические фигуры и текст без теней, градиентов и объемности
  - Движущиеся элементы, анимации и переходы
  - Адаптивные элементы, которые изменяют свое расположение и размер в зависимости от размера экрана устройства
  - Плавные линии, мягкие цвета и естественные текстуры

### **Тема группового проекта с презентацией**

Разработка визуальной концепции для товара/бренда (лендинг, мобильное приложение, соцсети) (товар/бренд выбирается самостоятельно).

Визуальная концепция должна быть представлена в доступном виде и содержать:

- Краткое описание продукта
- Анализ целевой аудитории
- Ключевые визуальные элементы – доска настроения (мудборд) – цвета, шрифты, фотографии
- UI-дизайн (основные элементы) для лендинга – два варианта для проведения A/B тестирования
- UI-дизайн (основные элементы) для мобильного приложения – два варианта для проведения A/B тестирования
- UI-дизайн (фото профиля и обложка) для страницы сообщества в соцсети ВКонтакте – два варианта для проведения A/B тестирования
- Макет баннерной рекламы – два варианта для проведения A/B тестирования
- Оценку эффективности A/B тестирования

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Список источников и литературы**

#### **Литература основная**

- Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 390 с. - ISBN 978-5-394-05301-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2041734> (дата обращения: 13.06.2025).
- Рекламная деятельность : учебник / В.Д. Секерин, М.А. Измайлова, Э.Ю. Матвеев [и др.] ; под ред. В.Д. Секерина. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-020314-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169303> (дата обращения: 12.06.2025).

#### **Литература дополнительная**

- Стаяно, Ф. Figma: проектирование и прототипирование интерфейсов в соответствии с принципами UX/UI : практическое руководство / Ф. Стаяно ; пер. с англ. В. С. Яценкова. – Москва : ДМК Пресс, 2024. - 372 с. – ISBN 978-5-93700-302-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2205081> (дата обращения: 13.06.2025).
- Евстафьев, В. А. Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе : учебное пособие / В. А. Евстафьев, М. А. Тюков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 426 с. - ISBN 978-5-394-05703-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2133542> (дата обращения: 13.06.2025). – Режим доступа: по подписке.

## **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для изучения дисциплины**

- Федеральный институт промышленной собственности <https://www1.fips.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <https://znanium.ru/>
- Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru/>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения дисциплины «Педагогические методы и методики преподавания управленческих дисциплин» используется материально-техническая база образовательного учреждения: компьютерные классы и научная библиотека РГГУ.

Состав программного обеспечения:

- Windows
- Microsoft Office
- Kaspersky Endpoint Security

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных

увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла;
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

## **9.1. Планы семинарских занятий**

Целью семинарских занятий является закрепление полученных на лекциях теоретических знаний и формирование профессиональных навыков, как по выполнению индивидуальных практических заданий, так и работе в отдельной рабочей группе.

**Для проведения семинарских занятий необходим компьютерный класс – аудитория с персональными компьютерами для студентов**

### **Семинар 1–2. Основы работы с графическими редакторами (практика)**

Формат: работа за персональными компьютерами

Задачи:

- Развить навыки работы с графическими редакторами, включая нейросети (Figma, Photopea, Шедеврум, Кандинский).

### **Семинар 3-4. Навыки успешной презентации (практика)**

Формат: работа за персональными компьютерами

Задачи:

- Развить навыки создания презентаций в PowerPoint, научиться создавать презентации в нейросетях (Gamma, Presentsimple).

### **Семинар 5–6. SMM-дизайн и цифровая баннерная реклама**

Формат: работа за персональными компьютерами

Задачи:

- Развить навыки создания визуального контента для соцсетей.
- Развить навыки создания цифровой баннерной рекламы.

### **Семинары 7–9. Подготовка группового проекта с презентацией**

Формат: групповая творческая работа, работа за персональными компьютерами

Задача:

- Разработать визуальную концепцию для товара/бренда (лендинг, мобильное приложение, соцсети) (товар/бренд выбирается самостоятельно).

### **Семинар 10. Защита группового проекта с презентацией**

Формат: групповая работа

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

**Цель дисциплины:** сформировать у студентов системное понимание роли визуальных коммуникаций в цифровом пространстве, развить практические навыки создания эффективного визуального контента для различных цифровых площадок (интернет-среда и поисковые системы, соцсети и мобильные приложения) и научить оценивать «красивый дизайн» с позиции функциональности, удобства и эффективности воздействия на конечного пользователя.

### **Теоретические задачи дисциплины:**

- Изучить основные понятия визуальных коммуникаций: визуальный язык, композиция, типографика, цветовая психология.
- Освоить принципы композиции и цветопередачи – научиться создавать гармоничные и выразительные визуальные решения.
- Изучить основные принципы UX-дизайна: ориентация на пользователя, информационная архитектура, минимализм и доступность.
- Изучить основные принципы UI-дизайна: визуальная иерархия, цветовая психология, пространство и баланс.

### **Практические задачи дисциплины:**

- Развить навыки работы с графическими редакторами, включая нейросети (Figma, Photopea, Шедеврум, Кандинский).
- Развить навыки создания презентаций в PowerPoint, научиться создавать презентации в нейросетях (Gamma, Presentsimple) .
- Научиться разрабатывать визуальный контент для соцсетей.

### **Профессиональные задачи дисциплины:**

- Научиться анализировать визуальные коммуникации.
- Понимать правовые основы и нормы использования символики (логотипов, товарных знаков, эмблем), фотографий в визуальном контенте.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

### **Знать:**

- основы визуального восприятия: гештальт-принципы, теорию цвета и цветоведение;
- особенности визуального контента для различных цифровых коммуникационных каналов;
- основы авторского и патентного права;
- основные принципы UX/UI дизайна.

### **Уметь:**

- создавать эффективный визуальный контент для различных цифровых коммуникационных каналов;
- адаптировать дизайн под разные цифровые платформы;
- готовить техзадания для разработчиков и веб-программистов;
- создавать эффективные презентации.

### **Владеть:**

- специальной терминологией;
- принципами и методами управления креативной работы;
- инструментами создания визуального контента.