

**ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ**  
**Кафедра управления и отраслевой экономики**

**УТВЕРЖДАЮ:**

Рег. № ИУМ.03-64/07

И.о. декана факультета экономики и  
управления

«05» 10 2022г.

Волосский А.А.

(ФИО)



(подпись)

**ФГОС 2020 г.**  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ДВ.06.02 Ререйтинг

Шифр и наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки

Цифровой маркетинг

Направленность (профиль)

Курс: 4/4

Семестр: 7/7

Факультет экономики  
и управления

очная/очно-заочная

очная, заочная, очно-заочная

**Объем дисциплины (модуля)**

Вид занятий	Объем занятий [зачетных ед./часов]			Семестр
	очная	заочная	очно-заочная	
<b>Общая трудоемкость по учебному плану</b>	108/3		108/3	7/7
В том числе,				
<b>Контактная работа</b>	42		34	
Занятия лекционного типа	18		12	
Занятия семинарского типа	24		22	
<b>Самостоятельная работа, всего</b>	66		74	
<b>В том числе:</b>				
Курсовой проект / курсовая работа				
Контрольная работа / реферат / РГР	К		К	7/7
Форма контроля экзамен / зачет / зачет с оценкой	3		3	7/7

Новосибирск 2022

9910

Рабочая программа составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 970.

**Программу разработал(и):**

Ст. преподаватель кафедры  
управления и отраслевой экономики

(должность)



подпись

Свинарева Т.В..

ФИО

## 1 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «Рерайтинг» в соответствии с требованиями ФГОС ВО направлена на формирование следующей компетенции (ПК-5):

Таблица 1. Связь результатов обучения с приобретаемыми компетенциями

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-5. Способен выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров и услуг, их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, конъюнктуру товарного рынка с использованием цифровых технологий.	ИПК-5.1 Выявляет факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры рынка, с целью удовлетворения потребностей покупателей.	<i>знать:</i> основополагающие принципы квалифицированного рерайта, понятия плагиата и основные требования к рерайту; <i>уметь:</i> ориентироваться в многообразии источников информации, иерархии источников по степени доверия\недоверия, определять первоисточники; <i>владеть:</i> навыками использования альтернативных источников информации; навыками создания бэкграунда и контекста, работы над структурой и композицией текста.
	ИПК-5.2 Владеет приемами маркетинговых коммуникаций, воздействующих на формирование потребностей покупателей	<i>знать:</i> основные закономерности, стадии и этапы процесса рерайтинга и редактирования; методы и приемы осуществления профессиональных действий рерайтера и редактора; типологию речевых ошибок в современных СМИ; приемы маркетинговых коммуникаций <i>уметь:</i> применять структурные и стилистические особенности текстов для печатных СМИ, радио и ТВ, интернет-СМИ, соцсетей; <i>владеть:</i> навыками использования функции заголовков и лидов, с учетом особенностей заголовков для текстов разных платформ, создания и редактирования заголовков и лидов; приемами маркетинговых коммуникаций, воздействующих на формирование потребностей покупателей
	ИПК-5.3. Применяет современные методы изучения и прогнозирования спроса потребителей;	<i>знать:</i> многообразие источников информации, иерархию источников по степени доверия\недоверия; методы анализа маркетинговой информации; <i>уметь:</i> редактировать тексты согласно

	методы анализа маркетинговой информации; методы изучения конъюнктуры товарного рынка.	правилам и приемам редактирования, создавать и редактировать тексты новостного характера; <i>владеть</i> : грамотной устной и письменной речью, навыками культуры мышления, обобщения, анализа, восприятия информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
	ИПК-5.4 Владеет навыками применения цифровых технологий при изучении и прогнозировании спроса потребителей, конъюнктуры товарного рынка.	<i>знать</i> : информативность текстов; способы замены «пустой» информации на значимую; способы простого изложения сложных фактов; приемы обращения с терминологией; <i>уметь</i> : создавать медиатексты в основных журналистских жанрах (новости, заметки, обзоры, репортажи и др.), а также в гибридных жанрах; анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию, в том числе с использованием цифровых технологий; <i>владеть</i> : способами обработки текстов массовой коммуникации и подготовки этих текстов для их публичного распространения; навыками применения цифровых технологий

## 2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 Рерайтинг относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений.

Данная дисциплина опирается на курсы дисциплин: «Основы менеджмента», «Базы данных», «Бизнес-коммуникации»,

## 3. Содержание дисциплины (модуля)

Распределение часов по темам и видам занятий представляется в таблице 2 по каждой форме обучения.

Таблица 2.1 Очная форма

№ п/п	Наименование разделов и тем	Количество часов				Формируемые компетенции
		Лекции, (Л)	Практические занятия, (ПЗ)	Самостоятельная работа, (СР)	Всего по теме	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие и основные принципы рерайта текстов	2	4	4	10	ПК-5
2.	Работа с источниками информации	4	4	10	18	

	в процессе подготовки текстов к рерайту					ПК-5
3.	Технология рерайтинга («рерайт по шагам») на примере текстов новостного характера	2	4	8	14	ПК-5
4.	Тексты для разных платформ: общность и функциональные различия	4	4	8	16	ПК-5
5.	Заголовки, лиды, концовки как способы привлечь читателя при рерайте текстов	2	4	7	13	ПК-5
6.	Правила и приемы редактирования текстов	4	4	8	16	ПК-5
	Подготовка и написание КР			12	12	
	Подготовка к зачету			9	9	
	Итого	18	24	66	108	

Таблица 2.2 Очно-заочная форма

№ п/п	Наименование разделов и тем	Количество часов				Формируемые компетенции
		Лекции, (Л)	Практические занятия, (ПЗ)	Самостоятельная работа, (СР)	Всего по теме	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие и основные принципы рерайта текстов	1	2	4	7	ПК-5
2.	Работа с источниками информации в процессе подготовки текстов к рерайту	2	2	8	12	ПК-5
3.	Технология рерайтинга («рерайт по шагам») на примере текстов новостного характера	1	2	10	13	ПК-5
4.	Тексты для разных платформ: общность и функциональные различия	2	6	12	20	ПК-5
5.	Заголовки, лиды, концовки как способы привлечь читателя при рерайте текстов	2	4	9	15	ПК-5
6.	Правила и приемы редактирования текстов	4	6	10	20	ПК-5
	Подготовка и написание КР			12	12	
	Подготовка к зачету			9	9	
	Итого	12	22	74	108	

Учебная деятельность состоит из лекций, практических занятий, самостоятельной работы, контрольной работы.

### 3.1. Содержание отдельных разделов и тем

#### *Тема 1 Понятие и основные принципы рерайта текстов*

Понятия копирайта, копирайтинга и рерайта (в противовес копирайтингу). Принципы квалифицированного рерайта (источники, уровень уникальности). Понятие первоисточника при рерайте. Понятие плагиата, рерайт высокого уровня

как способ избежать плагиата. Требования к рерайту. Основные профессиональные и репутационные риски, связанные с рерайтом.

### *Тема 2 Работа с источниками информации в процессе подготовки текстов к рерайту*

Многообразие источников информации, иерархия источников по степени доверия\недоверия. Люди и документы как источники информации. Первичные и вторичные СМИ (по способу работы с источниками информации). Сбор и анализ информации, проверка источников, корректность ссылок на источники. Определение первоисточника. Поиск дополнительных источников информации. Правила ссылок. Правила работы с анонимными источниками информации. Анонимные источники как возможные поставщики фейковых новостей. Соцсети как возможные источники информации.

### *Тема 3 Технология рерайтинга («рерайт по шагам») на примере разных текстов*

Ознакомление с текстом. Поиск альтернативных источников информации. Понятия бэкграунда и контекста. Выработка структуры и композиции текста. Проверка текста на уникальность и соответствие критериям «качественного рерайта». Вычитывание и правка. Язык новостных текстов. Лексика и стилистика новостных заметок, «запретные» и предпочтительные части речи. Правила обращения с аббревиатурами, числительными, именами собственными, географическими названиями, иностранными словами, терминологией и т.п. Факты и эмоции, их соотношение в новостных текстах. Типичные трудности начинающих рерайтеров (фактические и языковые ошибки) и способы их преодоления.

### *Тема 4 Тексты для разных платформ: общность и функциональные различия*

Структурные и стилистические особенности текстов для печатных СМИ, радио и ТВ, интернет-СМИ, соцсетей. Различия текстов в традиционных и новейших СМИ. Понятие целевой аудитории. Способы адаптации одного и того же текста для разных медийных платформ: принципы, приемы. Типология речевых ошибок в современных СМИ.

### *Тема 5 Заголовки, лиды, концовки как способы привлечь читателя при рерайте текстов*

Функции заголовка. Критерии качества заголовков. Западная традиция создания заголовков (в сравнении с «советской» традицией). Разные школы заголовков в современной прессе («Коммерсантъ» и «Ведомости»). Школа новостных агентств. Значимость заголовков для текстов разных платформ. Стилистические и структурные особенности заголовков в современных интернет-СМИ. Заголовки-«ловушки». Приемы создания и корректировки заголовков.

### *Тема 6 Правила и приемы редактирования текстов*

Канцеляризм и формализм («синдром Совинформбюро») как главные враги современных текстов, приемы противодействия. Принципы «простого письма». Понятие стоп-слов (языкового мусора), способы их удаления. Части

речи, желательные и нежелательные для медиатекстов. Конструкции, утяжеляющие тексты и способы их упрощения. Пунктуация (знаки допустимые и нежелательные). Штампы (газетные, бытовые корпоративные), их недопустимость в медиатекстах. Примеры штампов. Приемы, позволяющие избавиться от штампов при рерайте и редактировании текстов. Оценки и безоценочность в текстах, языковые средства выражения оценок. Приемы сохранения нейтральности изложения. Приемы эмоционального усиления и выделения языковыми средствами. Информативность текстов. «Пустая» информация и способы ее замены на значимую. Способы простого изложения сложных фактов. Приемы обращения с терминологией (случаи оправданного и неоправданного употребления), цифровой информацией, аббревиатурами, именами собственными (сложными и малоизвестными географическими названиями, иностранными фамилиями и именами). Визуальное восприятие текстов (абзацы, их емкость, «красная строка»). Представление о разных законах живой устной речи и ее литературной формы. Понятия «нулевого редактирования» и «максимального редактирования».

#### 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

##### 4.1. Список основной литературы

✓1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183>

##### 4.2. Список дополнительной литературы

✓1. Богданова, М. Я – копирайтер: Как зарабатывать с помощью текстов: практическое руководство / М. Богданова. – Москва: Альпина Паблишер, 2022. – 208 с. – ISBN 978-5-9614-7713-9. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1905850>

✓2. Информационная культура личности: технология продуктивной интеллектуальной работы с информацией в условиях интернет-среды: учебное пособие: в 2 томах. – Кемерово: КемГИК, 2020 – Том 2 – 2020. – 309 с. – ISBN 978-5-8154-0520-2. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/174717>

✓3. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2017. – 284 с. – DOI: <https://doi.org/10.12737/17067>. – ISBN 978-5-16-105904-3. - Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/910391>

##### 4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 3. Перечень информационных ресурсов

№ п/п	Наименование	Адрес
1.	Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации	<a href="http://www.mcx.ru">http://www.mcx.ru</a>
2.	ЭБС издательства «ИНФРА-М»	<a href="http://znanium.com">znanium.com</a>
3.	ЭБС издательства «Лань»	<a href="http://e.lanbook.com">e.lanbook.com</a>
4.	Журнал «Инновации в АПК: проблемы и перспективы»	<a href="http://www.bsaa.edu.ru/InfResource/magazine.php">http://www.bsaa.edu.ru/InfResource/magazine.php</a>

## 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### 4.1. Список основной литературы

- недостающая* 1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. – 2-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 131 с. – ISBN 978-5-394-02789-5. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/103778>

### 4.2. Список дополнительной литературы

- ✓ 1. Богданова, М. Я – копирайтер: Как зарабатывать с помощью текстов: практическое руководство / М. Богданова. – Москва: Альпина Паблишер, 2022. – 208 с. – ISBN 978-5-9614-7713-9. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1905850>
- ✓ 2. Информационная культура личности: технология продуктивной интеллектуальной работы с информацией в условиях интернет-среды: учебное пособие: в 2 томах. – Кемерово: КемГИК, 2020 – Том 2 – 2020. – 309 с. – ISBN 978-5-8154-0520-2. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/174717>
- ✓ 3. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2017. – 284 с. – DOI: <https://doi.org/10.12737/17067>. – ISBN 978-5-16-105904-3. - Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/910391>

### 4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 3. Перечень информационных ресурсов

№ п/п	Наименование	Адрес
1.	Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации	<a href="http://www.mcx.ru">http://www.mcx.ru</a>
2.	ЭБС издательства «ИНФРА-М»	<a href="http://znanium.com">znanium.com</a>
3.	ЭБС издательства «Лань»	<a href="http://e.lanbook.com">e.lanbook.com</a>
4.	Журнал «Инновации в АПК: проблемы и перспективы»	<a href="http://www.bsaa.edu.ru/InfResource/magazine.php">http://www.bsaa.edu.ru/InfResource/magazine.php</a>

#### 4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю) и самостоятельной работы

1. Рерайтинг: методические указания для проведения практических занятий и самостоятельной работы студентов / Новосиб. гос. аграр. ун-т; Фак. ЭиУ; сост.: Т.В. Свинаярева. – Новосибирск, 2022.

2. Методические рекомендации по выполнению контрольных работ и рефератов / Новосиб. гос. аграр. ун-т; Фак. ЭиУ; сост.: И.Э. Толстова, О.С. Ковалева, О.Г. Антошкина. – Новосибирск, 2021.

#### 4.5. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения и информационных справочных систем, наглядных пособий

Таблица 4. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№ п/п	Наименование	Тип лицензии или правообладатель
1.	Microsoft Windows 10	Microsoft
2.	Microsoft Office Prof 2010, Microsoft Office Prof 2019 (Word, Excel, Access, PowerPoint)	Microsoft
3.	Браузер Google Chrome	Свободно распространяемая

Таблица 5. Перечень плакатов (по темам), карт, стендов, макетов, презентаций, фильмов и т.д.

№ п/п	Тип	Наименование	Примечание
1.	Тренинг	Как сделать рерайт текста самому? Пошаговая инструкция <a href="https://youtu.be/BhMDT4ljHtQ">https://youtu.be/BhMDT4ljHtQ</a>	16,19 мин.
2.	Информационный ролик	Рерайтинг: что это такое и как ему научиться   SEMANTICA <a href="https://youtu.be/omqP5rnzkcM">https://youtu.be/omqP5rnzkcM</a>	4,24 мин.
3.	Информационный ролик	Рерайтинг с чего начать, обучение. Основные правила и секреты. Плюсы и минусы рерайтинга. <a href="https://youtu.be/gSKYIOKu8W8">https://youtu.be/gSKYIOKu8W8</a>	6,44 мин.

#### 5. Описание материально-технической базы

Таблица 6. Перечень используемых помещений

№ аудитории	Тип аудитории	Перечень оборудования
А-3	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.	Видеопроектор, проекционный экран, мини-ПК стационарный в комплекте, аудио усиливающая система, микрофон, сенсорный экран, веб-камера, доска маркерная, учебная мебель, учебно-наглядные пособия.

НК-328	Компьютерный класс: аудитория для лабораторных, практических занятий, самостоятельной работы, дипломного и курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	21 персональный компьютер, видеопроектор, интерактивная доска, доска учебная, веб-камера, колонки, учебная мебель.
НК-407	Учебная аудитория для занятий семинарского типа и групповых консультаций.	Учебная доска, видеопроектор, ноутбук переносной, проекционный экран, учебно-наглядные пособия, учебная мебель.

### **6. Порядок аттестации студентов по дисциплине**

Для аттестации студентов по дисциплине используется традиционная система контроля и оценки успеваемости обучающихся.

Форма аттестации – зачет.

