

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 10.01.2025 17:12:47

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа практики**  
**Производственная практика (торгово-технологическая практика)**

Направление 38.03.06 Торговое дело  
Направленность 38.03.06.11 Рекламные технологии в цифровых медиа

Для набора 2024 года

Квалификация  
Бакалавр

КАФЕДРА **Маркетинг и реклама****Распределение часов практики по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	<b>6 (3.2)</b>		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	4	4	4	4
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	212	212	212	212
Итого	216	216	216	216

**Объем практики**

Неделя	4
Часов	216
ЗЕТ	6

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Иванченко О.В.

Зав. кафедрой: д.э.н., доц. Бондаренко В.А.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Костоглодов Д.Д.

**1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Блок ООП: Б2.В

**2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ****ПК-3:** Способен управлять стратегией продвижения в цифровых медиа на основе современных рекламных технологий**ПК-2:** Способен создавать актуальный контент и организовывать рекламные кампании в цифровых медиа**ПК-1:** Способен проводить исследования цифровых медиа, анализировать целевую аудиторию и оценивать эффективность показателей цифровой рекламы**УК-10:** Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности**УК-9:** Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах**В результате прохождения практики обучающийся должен:****Знать:**

специфику потребностей в социальной и профессиональной сферах (соотнесено с индикатором УК-9.1), основные экономические и финансовые категории (соотнесено с индикатором УК-10.1), методы проведения исследования целевой аудитории и цифровых медиа (соотнесено с индикатором ПК-1.1), основы создания контента в цифровых медиа (соотнесено с индикатором ПК-2.1), основы планирования и контроля цифровой рекламной деятельности предприятия (соотнесено с индикатором ПК-3.1)

**Уметь:**

идентифицировать возможности вовлечения лиц с ограниченными возможностями в профессиональную деятельность (соотнесено с индикатором УК-9.2), анализировать информацию при принятии экономических решений с применением современных цифровых технологий (соотнесено с индикатором УК-10.2), интерпретировать результаты рекламных исследований (соотнесено с индикатором ПК-1.2), формировать цифровые программы продвижения организации (соотнесено с индикатором ПК-2.2), оценивать эффективность и контролировать цифровую рекламную деятельность (соотнесено с индикатором ПК-3.2)

**Владеть:**

способами и технологиями коммуникации (соотнесено с индикатором УК-9.3), навыками оценки эффективности экономических решений (соотнесено с индикатором УК-10.3), навыками проведения рекламных исследований цифровых медиа (соотнесено с индикатором ПК-1.3), навыками обоснования эффективных рекламных кампаний в цифровых медиа (соотнесено с индикатором ПК-2.3), навыками принятия организационно-управленческих решений в области рекламы в цифровых медиа (соотнесено с индикатором ПК-3.3)

**3. ПРАКТИКА****Вид практики:**

Производственная

**Форма практики:**

Дискретно по периодам проведения практик. Практика проводится в форме практической подготовки.

**Тип практики:**

торгово-технологическая практика

**Форма отчетности по практике:**

Дневник о прохождении практики, отчет о прохождении практики

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ****Раздел 1. Подготовительный этап**

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Вводная лекция. Цели, задачи, основные этапы и методические рекомендации по прохождению практики, по составлению и оформлению отчета по практике. / Лек /	6	4	ПК-3, ПК-2, ПК-1, УК-10, УК-9	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5

**Раздел 2. Основной этап**

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	Ознакомление с организацией работы на предприятии и в структурных подразделениях. Работа с литературой и электронными ресурсами	6	190	ПК-3, ПК-2, ПК-1, УК-10, УК-9	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5

	Сбор аналитических данных Анализ торгово-технологической деятельности объекта практики, анализ возможностей внедрения инноваций торгово-технологической деятельности с использованием LibreOffice. / Ср /				
<b>Раздел 3. Заключительный этап</b>					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
3.1	Подготовка отчетной документации по итогам практики; составление и оформление отчета о прохождении практики с использованием LibreOffice; сдача отчета о практике на кафедру. / Ср /	6	22	ПК-3, ПК-2, ПК-1, УК-10, УК-9	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
3.2	/ ЗачётСОц /	6	0	ПК-3, ПК-2, ПК-1, УК-10, УК-9	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике представлен в Приложении 1 к программе практики.

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

#### 6.1. Учебная литература

##### 6.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Васильева, Л. А.	Реклама: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2016	<a href="https://www.iprbookshop.ru/39114.html">https://www.iprbookshop.ru/39114.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Сабетова, Т. В., Закшевская, Е. В.	Реклама и рекламная деятельность: учебное пособие	Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016	<a href="https://www.iprbookshop.ru/72744.html">https://www.iprbookshop.ru/72744.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Шарков Ф. И., Бузин В. Н.	Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник	Москва: Дашков и К°, 2018	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=112200">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=112200</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Ларина, А. В.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017	<a href="https://www.iprbookshop.ru/102938.html">https://www.iprbookshop.ru/102938.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Ромат Е., Сендеров Д.	Реклама: Учебник для вузов. 9-е изд. Стандарт третьего поколения. — (Серия «Учебник для вузов»).	Санкт-Петербург: Питер, 2021	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=377340">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=377340</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------	----------	-------------------	----------

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Бобров Ю. Г.	Розничная торговля: практическое пособие	Москва: Лаборатория книги, 2010	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=89585">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=89585</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Ковалевский В., Калиева О., Лужнова Н.	Организация рекламной деятельности: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2012	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259222">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259222</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Мазилкина, Е. И.	Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016	<a href="https://www.iprbookshop.ru/57161.html">https://www.iprbookshop.ru/57161.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Захарова, Ю. А.	Торговый маркетинг: эффективная организация продаж: практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/87620.html">http://www.iprbookshop.ru/87620.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5		Региональная экономика : теория и практика: журнал	Москва: Финансы и кредит, 2023	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=698971">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=698971</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 6.2 Ресурсы сети «Интернет»

Э1	База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <a href="https://wciom.ru/database/">https://wciom.ru/database/</a>
Э2	База данных Фонда общественного мнения <a href="https://bd.fom.ru">https://bd.fom.ru</a>

### 6.3. Информационные технологии:

#### 6.3.1. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

#### 6.3.2. Перечень информационных справочных систем

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Материально-техническое обеспечение практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

Студентам должна быть обеспечена возможность доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета.

Организации, учреждения и предприятия, а также подразделения Университета, являющиеся базами практики должны обеспечить рабочее место студента оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики.

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Отчет по производственной практике (торгово-технологической практике) состоит из двух частей: основной и приложений. Объем основной части отчета составляет не менее 20 страниц печатного текста. Вторая часть отчета о практике представляет собой приложения к отчету (графики, рисунки, диаграммы и таблицы, статистические данные, копии локальных актов организации (предприятия) и т.п.)

Отчет по практике выполняется на русском языке, в компьютерном наборе на белой бумаге, на одной стороне, формата А 4 (210x297 мм).

Текст печатается 14 шрифтом Liberation Serif через 1,5 интервала с полями: левое - 3 см, правое - 1 см, верхнее и нижнее - 2 см. Абзацный отступ должен составлять 1,25 см, отступы строк и интервалы до и после абзаца должны быть равны нулю. Все слова в тексте отчета должны быть написаны полностью. Допускаются только общепринятые сокращения (например: и так далее - и т.д.; то есть - т. е.; смотри - см.) и сокращения, расшифровываемые в перечне сокращений, символов и специальных терминов.

В тексте отчета не допускаются выделения подчеркиванием, курсивом, полужирным шрифтом или любыми другими способами.

Все страницы отчета должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами. Номер страницы помещается в нижней части листа, располагаясь по центру без точки. Размер шрифта Liberation Serif 11. Общей нумерации подвергается также титульный лист, номер на котором не проставляется.

В общий объем отчета включается количество страниц, начиная с титульного листа и заканчивая последним листом списка использованных источников (приложения в общий объем отчета не засчитываются).

Обучающийся выполняет следующее:

- 1) осуществляет сбор, хранение, обработку и анализ информации методами, применяемыми в торговой деятельности;
- 2) проводит анализ и оценку торговой деятельности, товарных рынков, цифрового продвижения товаров от производителей до потребителей;
- 3) анализирует структуру и характеристику ассортимента товаров по товарным группам;
- 4) анализирует и оценивает организацию торгово-технологического процесса на торговом предприятии;
- 5) исследует организацию логистической, маркетинговой, рекламной деятельности на торговом предприятии;
- 6) исследует порядок оформления результатов торгово-технологической деятельности на предприятии.

Отчет должен содержать следующие пункты:

- титульный лист;
- содержание;
- общая характеристика торгового предприятия;
- организация системы товароснабжения предприятия;
- специализация предприятия;
- организация торгово-технологического процесса на предприятии;
- маркетинг и реклама в цифровых медиа предприятия;
- товароведная характеристика торгового процесса и порядок оформления результатов торгово-технологической деятельности;
- список использованной литературы;
- приложения (при необходимости).

Количество разделов, приведенное выше в конкретном отчёте того или иного обучающегося может корректироваться.

Список должен содержать сведения об источниках литературы, использованных в процессе прохождения практики (должностные инструкции, Устав предприятия и др.), в алфавитном порядке. Включение в список литературы, которой обучающийся не пользовался в своей работе, недопустимо.

К отчету могут быть приложены отчетность предприятия, таблицы, схемы, бланки, а также образцы документов, с которыми обучающийся непосредственно работал в процессе практики.

Отчет обязательно должен содержать не только информацию о выполнении заданий программы практики, но и включать анализ этой информации, выводы и рекомендации, разработанные обучающимся самостоятельно.

Аттестацию по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета и дневника. Защита отчета проводится в форме индивидуального собеседования.

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

## 1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

## 1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
УК-9: Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах			
Знать специфику потребностей в социальной и профессиональной сферах	проводит исследования социальных потребностей при написании отчета и ответе на вопрос индивидуального задания	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание 1-15)
Уметь идентифицировать возможности вовлечения лиц с ограниченными возможностями в профессиональную деятельность	применяет различные методы вовлечения лиц с ограниченными возможностями в рамках организации работы предприятия при написании отчета	аргументированность использованных в отчете методов при анализе данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-15)
Владеть способами и технологиями коммуникации	формулировка предлагаемых мер развития внешних и внутренних коммуникаций при написании отчета	доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-15)
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности			
Знать основные экономические и финансовые категории	собирает данные на основе анализа экономических и финансовых показателей при написании отчета	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание 1-15)
Уметь анализировать информацию при	решение экономических задач предприятия с	правильность решения экономических задач в отчете;	Индивидуальное задание (задание 1-15)

принятии экономических решений с применением современных цифровых технологий	применением современных цифровых технологий в отчете	целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	
Владеть навыками оценки эффективности экономических решений	проведение анализа экономических результатов деятельности предприятия при написании отчета	аргументированность использованных в отчете методов при анализе данных в отчете, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-15)
<b>ПК-1: Способен проводить исследования цифровых медиа, анализировать целевую аудиторию и оценивать эффективность показателей цифровой рекламы</b>			
Знать методы проведения исследования целевой аудитории и цифровых медиа	проводит рекламные исследования при написании отчета	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов рекламного исследования	Индивидуальное задание (задание 1-15)
Уметь интерпретировать результаты рекламных исследований	применяет различные методы рекламных исследований при написании отчета	полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-15)
Владеть навыками проведения рекламных исследований в цифровых медиа	проведение анализа рекламной информации при написании отчета	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-15)
<b>ПК-2: Способен создавать актуальный контент и организовывать рекламные кампании в цифровых медиа</b>			
Знать основы создания контента в	создает контент, проводит исследование	аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание 1-15)



цифровых медиа	комплекса цифрового продвижения предприятия при написании отчета		
Уметь формировать цифровые программы продвижения организации	применяет различные методы анализа цифровых программ продвижения, формулирует выводов в отчете по практике	полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-15)
Владеть навыками обоснования эффективных рекламных кампаний в цифровых медиа	формулировка предлагаемых мер развития рекламных кампаний в цифровых медиа при написании отчета	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-15)
<b>ПК-3: Способен управлять стратегией продвижения в цифровых медиа на основе современных рекламных технологий</b>			
Знать основы планирования и контроля цифровой рекламной деятельности предприятия	проводит оценку цифровой рекламной деятельности в отчете	аргументированность использованных в отчете методов оценки	Индивидуальное задание (задание 1-15)
Уметь оценивать эффективность и контролировать цифровую рекламную деятельность	применяет методы анализа и обработки рекламной информации при написании отчета	полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-15)
Владеть навыками принятия организационно-управленческих решений в области рекламы в цифровых медиа	проведение анализа данных, необходимых для принятия организационно-управленческих решений в области рекламы в цифровых медиа в отчете	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-15)

Шкалы оценивания:

Контроль успеваемости осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «зачтено/отлично»)

67-83 баллов (оценка «зачтено/хорошо»)

50-66 баллов (оценка «зачтено/удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «не зачтено/неудовлетворительно»)

## **2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

### **Индивидуальное задание**

1. Назовите организационно-правовую форму предприятия, форму собственности, место расположение, режим работы;
2. дайте характеристику организационной структуры предприятия, а также каждого из подразделений предприятия;
3. опишите основные функции предприятия, перечень оказываемых основных и дополнительных услуг.
4. дайте общую оценку финансово-экономического положения предприятия;
5. оцените конкурентную позицию предприятия на рынке, дайте характеристику основных конкурентов;
6. опишите состав и особенности контингента потребителей;
7. охарактеризуйте ценовую, ассортиментную, маркетинговую политику предприятия торговли;
8. охарактеризуйте устройство и планировку торгового предприятия, его техническую оснащенность, рассчитайте эффективность использования торговой площади.
9. проанализируйте торгово-технологический процесс на предприятии и оцените его эффективность;
10. рассмотрите формы торгового обслуживания покупателей и методы продажи товаров;
11. дайте характеристику организации закупочной деятельности в торговом предприятии;
12. опишите порядок приемки товаров в торговом предприятии по количеству и качеству; действия предприятия при поступлении дефектных товаров;
13. ознакомьтесь с правилами хранения товаров и сроками реализации (для продовольственных товаров) и порядком обмена и возврата товаров, купленных в магазине;

14. рассмотрите организацию цифровой рекламной деятельности в торговом предприятии, используемые методы стимулирования продажи товаров; оцените использованные рекламные средства в цифровых медиа и способы рекламно-информационного оформления торгового зала.
15. охарактеризуйте предложения по совершенствованию работы подразделения, в котором проходила практика, и рекламы в цифровых медиа предприятия в целом.

#### **Критерии оценивания:**

- 84-100 баллов (оценка «зачтено/отлично») - изложенный в отчете материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы практики в соответствии с поставленными целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала в отчете и на защите, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- 67-83 баллов (оценка «зачтено/хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы практики в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе практики;
- 50-66 баллов (оценка «зачтено/удовлетворительно») - наличие твердых знаний в объеме практики в соответствии с целями обучения, изложение содержания отчета с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- 0-49 баллов (оценка «не зачтено/неудовлетворительно») – ответы на защите отчета не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, несоответствие содержания отчета по практике непонимание сути излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

### **3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

**Текущий контроль** по практике проводится в форме контроля на каждом этапе, указанном в таблице раздела 4 программы практики.

**Промежуточная аттестация** проводится в форме зачета с оценкой. Аттестацию студентов по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета. Защита отчета проводится в форме индивидуального собеседования.