

РУКОВОДСТВО ПО ПОДГОТОВКЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ЗАПРОСОВ

Обновлено 2014

Содержание

Введение и Область применения	4
О Европейской сети поддержки предпринимательства (EEN)	4
Цель настоящего Руководства	5
Важная информация	5
Как составить эффективный ИЗ	6
Дополнительные рекомендации	7
Профиль ИЗ	8
ИЗ – Подробное описание	8
ЗАГОЛОВOK	8
ВНУТРЕННИЙ НОМЕР	8
АННОТАЦИЯ	8
ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА	9
ТЕКУЩАЯ СТАДИЯ РАЗВИТИЯ	9
КОММЕНТАРИИ О СТАДИИ РАЗВИТИЯ	10
ОПИСАНИЕ	10
ИСКАМОЯ ТЕХНИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКАЦИЯ ИЛИ КВАЛИФИКАЦИЯ ПАРТНЕРА	11
ПРАВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	11
КОММЕНТАРИИ О ПРАВАХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	12
ИЗ – Распространение	13
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА	13
КОДЫ РЫНОЧНЫХ ПРИМЕНЕНИЙ	13
КОДЫ НАСЕ	13
ЦЕНТР СЕТИ	13
ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО	13
ТЕМАТИЧЕСКАЯ (СЕКТОРАЛЬНАЯ) ГРУППА	13
ОГРАНИЧЕНИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НЕКОТОРЫМИ СТРАНАМИ	14
ИЗ – Клиент	14
ТИП И РАЗМЕР КЛИЕНТА	14
ГОД ОСНОВАНИЯ	14
ГОДОВОЙ ОБОРОТ КОМПАНИИ (В ЕВРО)	14

ОПЫТ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА	15
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КОММЕНТАРИИ О КЛИЕНТЕ	15
СЕРТИФИКАЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ	15
ВЛАДЕНИЕ ЯЗЫКАМИ	15
СТРАНА КЛИЕНТА	15
ИЗ – Искомый партнер	15
ТИП И РОЛЬ ИСКОМОГО ПАРТНЁРА	15
ПРОФИЛЬ ОТКРЫТ ДЛЯ ВЫРАЖЕНИЙ ИНТЕРЕСА	15
ТИП И РАЗМЕР ИСКОМОГО ПАРТНЕРА	16
ТИП ТРЕБУЮЩЕГОСЯ СОТРУДНИЧЕСТВА	16
ИЗ – Конкурс	16
РАМОЧНАЯ ПРОГРАММА	16
НАЗВАНИЕ КОНКУРСА	16
СХЕМА ОЦЕНКИ	16
ОЖИДАЕМЫЙ БЮДЖЕТ ПРОЕКТА	16
ИСКОМЫЙ КООРДИНАТОР	16
ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДАЧИ ЗАЯВОК	17
СХЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ	17
СРОК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА	17
ВЕБ-ССЫЛКА НА РЕСУРС С ИНФОРМАЦИЕЙ О КОНКУРСЕ	17
ЗАГОЛОВОК ПРОЕКТА И АББРЕВИАТУРА	17
ИЗ – Прилагаемые материалы	17
Отправка ИЗ и валидация профиля	17
Общая информация	17
ВНУТРЕННЯЯ ВАЛИДАЦИЯ	18
ВНЕШНЯЯ ВАЛИДАЦИЯ	18
Распространенные ошибки. Что надо и что не надо делать при составлении профиля	20
Аннотация/Описание	20
Типы сотрудничества и поля комментариев	20
Лексика, синтаксис и стиль представления	21

Введение

Данное Руководство разработано для специалистов российских центров – региональных партнеров проекта «Gate to Russian Business and Innovation Networks» (Gate2RuBIN, www.gate2rubin.ru) с целью помочь в подготовке качественных профилей исследовательских запросов, ориентированных на поиск партнеров в странах Европы.

Gate2RuBIN – проект, в рамках которого российские организации бизнес-инновационной инфраструктуры участвуют в работе Европейской сети поддержки предпринимательства (Enterprise Europe Network – EEN).

Структура исследовательских профилей сформирована так, чтобы дать краткое, но четкое представление о содержании предлагаемой технологии (технологической проблемы, которую надо решить), ее сравнении с аналогами, ситуации с правами интеллектуальной собственности, ожиданиях от потенциального партнера, предполагаемых формах сотрудничества. Поэтому вероятность найти с помощью сети подходящего партнера и заинтересовать его в установлении контакта и развитии сотрудничества зависит не только от перспективности и востребованности конкретной технологической разработки, но и в значительной степени от качества подготовки соответствующего профиля исследовательского запроса.

О Европейской сети поддержки предпринимательства (EEN)

Европейская сеть поддержки предпринимательства (одна из Европейских инициатив) создана для оказания предприятиям Европейского союза интегрированных услуг в области поддержки развития бизнеса и инноваций.

С 2008 г. Сеть объединяет порядка 600 организаций из более 40 стран, которые оказывают широкий спектр услуг малым и средним предприятиям.

Сеть действует как часть Рамочной программы конкурентоспособности и инноваций. Сеть представляет собой единый центр, который предоставляет информацию о законодательстве ЕС, возможностях получения финансирования, оказывает содействие в поиске партнера для сотрудничества в сфере бизнеса или технологий, а также развития научного и инновационного потенциала.

Управление Сетью осуществляется Исполнительным агентством по конкурентоспособности и инновациям, созданным Генеральным директоратом по предпринимательству и промышленности, Генеральным директоратом по вопросам окружающей среды, а также Генеральным директоратом энергетики и транспорта.

Цель настоящего Руководства

Задача настоящего Руководства – помочь в составлении профиля исследовательского запроса (далее ИЗ) при поиске партнеров для предложений/проектов, относящихся к любому из типов финансируемых Евросоюзом проектов с исследовательской составляющей, в том числе проектам 7-ой Рамочной программы поддержки научных исследований и технологического развития ЕС (7РП), Программы

конкурентоспособности и инноваций («Competitiveness and Innovation Program» – CIP) и т.д.

Настоящее Руководство не носит обязательного характера: каждый ИЗ является или должен быть уникальным; в отдельных случаях целесообразно пропустить определенные положения настоящего Руководства. Тем не менее, в большинстве случаев следование Руководству способствует составлению эффективных ИЗ, понятных членам Сети и их клиентам, что повышает шанс успешного сотрудничества.

Рассмотрению подлежат лишь заявки на поиск партнера для определенного проекта (например, срочный поиск от имени проектных координаторов, ищущих конкретных партнеров с целью их предварительной валидации или целенаправленный поиск потенциальных проектных координаторов/партнеров с четкой концепцией проекта, который, вероятно, будет соответствовать параметрам объявленного конкурса).

Обращаем ваше внимание, что партнер Сети имеет право направить ИЗ организациям, расположенным лишь в географическом регионе, в котором функционирует его/ее консорциум.

Важная информация

После внесения ИЗ в базу данных Европейской сети поддержки предпринимательства он рассылается всем партнерам Сети.

Важно понимать, что профили ИЗ должны быть **понятны неспециалистам**: штатным сотрудникам Сети Партнеров, которые являются экспертами в других областях, или компаниям-адресатам, которые могут начать использовать отдельную технологию, но не специализируются в ней.

Ввиду этого очень важно, чтобы приведенная в заголовке и аннотации информация, была понятна специалистам широкого профиля, а также четко указывала на то, кто является адресатом данной информации. Данные, приводимые в разделе "Описание" могут быть несколько более специализированными. В любом случае, приводимые сведения должны быть достаточно подробными и четкими, чтобы заинтересовать потенциальных партнеров.

Необходимо принять во внимание, что поскольку полная информация профиля будет размещена на общедоступном веб-сайте, а также на других ресурсах в формате .pdf, .docx и .xlsx, запрещается упоминание торговых марок и названий компаний в любом из разделов профиля ИЗ.

Как составить эффективный ИЗ

Для подготовки эффективного ИЗ требуются навыки, но следуя простым правилам, приведенным ниже, вы сможете качественно изложить ваши цели и задачи:

- **При написании ИЗ ориентируйтесь на потенциального читателя:** представьте, что вы общаетесь с коллегой по Сети или иностранным клиентом, который может заинтересоваться вашим ИЗ.
- **Максимально используйте разговорно-обиходный английский:** сведите к минимуму употребление профессиональных терминов. Используйте последние лишь при необходимости, когда, по вашему мнению, их отсутствие затруднит понимание технологии отраслевыми экспертами.

Помните, что ваш *адресат* – не клиент, который попросил вас разместить профиль, а *получатель профиля*: коллега из Enterprise Europe Network или

компания – потенциальный пользователь, сотрудники которой прочтут профиль.

При подготовке профиля не стоит рассчитывать, что его потенциальный читатель является специалистом в области, относящейся к вашему профилю; хотя при этом он должен понять, как можно использовать ваш ИЗ.

- **Используйте короткие предложения.** Придерживайтесь форме "одно предложение – одна мысль".
- **Воздержитесь от использования лишних слов,** например: "Эксплуатационные издержки каждой установки сокращены" вместо "Эксплуатационные издержки, относящиеся к каждой без исключения установке, были сокращены."
- **Выберите простой и понятный заголовок к вашему профилю:** учтите, что именно это зачастую становится решающим фактором при принятии читателями решения о просмотре того или иного профиля.
- **Не используйте в профиле местоимений "мы" и "наш" (т.е. пишите от первого лица).**
- **Не используйте названия компании/бренд/наименование продукта.**
- **Избегайте профессионального жаргона и поясняйте аббревиатуры:** например, "ТП и ТЗ" (Технологическое предложение и технологический запрос). При первом и последующем использовании аббревиатуры поясняйте ее в скобках, а также, если необходимо приводите дополнительные объяснения. К исключению из этого правила относятся часто употребляемые аббревиатуры/сокращения, например, ДНК.
- **Воздержитесь от копирования и вставки текстовых фрагментов, заимствованных из других публикаций:** для передачи информации о патенте, измените стиль, и используйте простые слова.
- **Перед отправкой вашего профиля на рассмотрение координационной команде проекта:** убедитесь, что он написан аккуратно, лаконичен и его легко читать. По возможности, попросите коллегу посмотреть финальный результат.
- **В конце подготовьте Аннотацию:** она должна представлять собой краткое изложение ИЗ. Воздержитесь от повторения первого параграфа раздела "Описание", но приведите все основные положения.
- **Максимальное число символов Аннотации – 500:** при превышении данного лимита вы не сможете продолжить создание ИЗ. Чрезмерно краткая аннотация снизит привлекательность вашего профиля.
- **Не спешите при подготовке Аннотации и Заголовка:** это первое (а порой и единственное), что увидят ваши потенциальные партнеры.

Многие партнеры Сети на первом этапе направляют своим клиентам лишь заголовок и аннотацию различных запросов. Это позволяет им экономить время и ограждает их от потока избыточной нерелевантной информации.

Клиенты обратятся за полной информацией профиля только, если их заинтересовал заголовок и аннотация. Ввиду этого необходимо подготовить оптимальный заголовок и аннотацию, по которым можно было бы составить абсолютно четкое представление об описываемой в запросе технологии.

Дополнительные рекомендации

Убедитесь, что при написании текста вашего ИЗ соблюдены нормы английского языка – попросите изучающего английский язык или носителя английского языка прочесть ваш ИЗ и внести правки. Всегда проверяйте текст вашего профиля, перед его отправкой, на предмет соответствия нормам орфографии британского английского. Для этого в панели инструментов редактора MS Word выберите "Tools" (Сервис), затем "Set Language" (Выбрать язык) и выберите "English (UK)" (английский Великобритания).

Полезные веб-ресурсы. Приведенный перечень не является ограничительным, используйте и другие ресурсы.

- Общее руководство по использованию разговорного английского языка: www.plainenglish.co.uk.
- Общий обзор непростых моментов английского языка: **The Complete Plain Words**, автор Sir Ernest Gowers, исправлено Sidney Greenbaum и Janet Whitcut, Penguin ISBN 0-14-051199-7.
- На многих ресурсах с онлайн словарями представлены тезаурусы, которые помогут выразить профессиональную лексику простым языком.
- Полезные ссылки:
 - www.yourdictionary.com.
 - www.m-w.com: указанные ресурсы предоставляют возможность воспользоваться словарями и тезаурусами.
 - www.foreignword.com/Tools/dictsrch.htm: перевод и толкование; сайт полезен для не носителей английского языка.
 - www.acronymfinder.com: полезен для поиска значений технических аббревиатур.

Профиль ИЗ

Ниже приведено руководство по заполнению каждого из разделов ИЗ. При создании ИЗ необходимо заполнить пять разделов запроса, каждый из которых расположен на отдельной вкладке. Каждой из них посвящена отдельная глава (см. ниже).

ИЗ – Подробное описание

ЗАГОЛОВОК

Заголовок должен быть конкретен и понятен неспециалистам в той или иной технологии или области ее применения. Он должен давать клиентам возможность определить – заинтересует ли их ИЗ или нет, а партнерам Сети – выбрать базирующиеся в их регионах компании или исследователей, которые могут стать их партнерами. Помните, что это первый раздел, который увидят читатели; его текст должен быть четким, лаконичным (это не реклама, в аннотации и описание можно указать подробные сведения), вызывать интерес (воздержитесь от маркетинговых приемов, текст должен быть настолько предметен, насколько это возможно); отсутствие орфографических ошибок и опечаток также важно.

Для ИЗ профилей необходимо также указать полное название конкурса на получение финансирования/заявления в заголовке. Помните, что в заголовке запрещается оставлять аббревиатуру без пояснений, писать название товара или торговой марки. Максимальное число символов текста заголовка – 256 (включая пробелы).

ВНУТРЕННИЙ НОМЕР

Данное поле не является обязательным, однако оно полезно для связи с вашими собственными базами данных и поиска соответствующего клиента.

АННОТАЦИЯ

Пожалуйста, приведите краткое описание запрашиваемой технологии (макс. число символов текста – 500).

Помните, что этот раздел следует сразу за заголовком. Именно по заголовку и аннотации читатель чаще всего принимает решение, читать дальше, или нет. Количество знаков текста не должно превышать допустимый предел, а сам текст должен быть четким, лаконичным и вызывать интерес (соблюдение этих условий поможет заинтересовать подходящего читателя). Аннотация должна быть написана на последнем этапе создания профиля. При этом не стоит повторять первый параграф Описания ИЗ.

Многие партнеры Сети на первом этапе направляют своим клиентам лишь заголовок и аннотацию профилей. Это позволяет им экономить время и ограждает их от потока избыточной нерелевантной информации. Клиенты обратятся за полной информацией профиля только, если их заинтересовал заголовок и аннотация. Поэтому необходимо подготовить оптимальный заголовок и аннотацию, по которым можно было бы составить абсолютно четкое представление о ИЗ.

Помните, что в Аннотации запрещается оставлять аббревиатуру без пояснений, писать название товара или торговой марки.

Аннотация ИЗ должна отвечать на следующие вопросы:

- Какова географическая принадлежность проектного координатора (если

необходимо)?

- К организации какого типа относится координатор?
- Каков предмет ИЗ?
- Какова сфера деятельности потенциального партнера (область работы/исследований/технология)?
- Каков искомый тип партнерских отношений?
- В какую из программ будет направлен ИЗ? (например, подпрограмма Horizon 2020 x или y, Eurostars, Interreg, COSME, ERANet x или y, частный исследовательский проект и т.д.)

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА

Аргументировано опишите инновационные аспекты/экономические преимущества/предполагаемую выгоду от применения разработки (число символов текста, включая пробелы 50 – 2000):

В этом разделе описываются инновационные параметры ИЗ, ПРОРЫВНЫЕ АСПЕКТЫ технологии. (Государственное финансирование направляется только на прорывные научные проекты, иначе целесообразность в соответствующих тратах отсутствует). Здесь также описывается ВОЗМОЖНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ проекта.

- Коротко опишите потенциальное воздействие проекта (например, на общество – с точки зрения его благосостояния, сбалансированности и возникающих задач; на рынок – с точки зрения улучшения его функционирования, конкурентоспособности; на окружающую среду – с точки зрения уменьшения воздействия на экологию, повышения эффективности использования ресурсов, лучшего понимания проблем изменения климата). Дайте качественные и, по возможности, количественные характеристики новизны и преимуществ вашей технологии.
- Намекните на выбранный подход к решению проблемы. Не приводите само решение, только намекните как был выбран подход!

Дайте сравнение с аналогами (включая те, что уже есть на рынке). Также приведите краткое описание или маркированный список основных преимуществ. В их число может входить производительность, легкость внедрения, экономические преимущества, сравнение с конкурентными продуктами и т.д.

ТЕКУЩАЯ СТАДИЯ РАЗВИТИЯ

Выберите один из пунктов, который соответствует этапу развития вашей технологии в настоящий момент.

- Уже на рынке
- Доступно для демонстрации
- Стадия концепции
- Испытание / Оценка
- Проект уже начался
- Проект на стадии переговоров - срочно
- Предложение на стадии разработки
- Прототип доступен для демонстрации

В разработке/в стадии лабораторных исследований

КОММЕНТАРИИ О СТАДИИ РАЗВИТИЯ

По необходимости можно предоставить дополнительную информацию и о текущей стадии развития. Иногда следует более детально описать стадию развития проекта и/или требующие рассмотрения факторы. При этом необходимо избегать повторений с аннотацией или описанием.

ОПИСАНИЕ

Опишите параметры запроса (максимальное число символов текста – 4000).

По возможности приведите справочную информацию или подготовьте короткое введение к описываемому ИЗ (обычно эти данные можно найти посредством поисковых систем в Интернете).

- Приведите предварительный обзор области, в которую предполагается внедрить проект ИЗ, а также пользу от внедрения. Объясните контекст: что будет исследовано/разработано в рамках данного ИЗ, почему, за какой период, с кем, в каком формате.
- Опишите задачу, которая подлежит решению (приведите научное/технологическое объяснение). Больше подчеркивайте **что** должно быть достигнуто, чем **как**.
- Приведите данные о квалификации или ноу-хау организации/-ий, уже вовлеченных в проект или, которые планируется вовлечь (потенциал консорциума, а также слаженная работа его участников – залог успешной реализации ИЗ!).
- Приведите информацию/ссылки на рамочные условия, если будет подаваться заявка на включение проекта в программу государственного финансирования. Например, дайте ссылку на какой-либо ресурс, на котором представлено детальное описание тем смежных с темами программы ЕС по финансированию исследований и инноваций «Horizon 2020», укажите, когда проект будет представлен, предполагаемые сроки его реализации, ...
- Не указывайте стратегию продвижения технологии или ноу-хау существующих партнеров.
- При подготовке описания проекта не ориентируйтесь на определенный рынок, сконцентрируйте внимание на научных и технических аспектах ИЗ.
- При каждом использовании аббревиатуры поясняйте ее, а также, если необходимо, приводите дополнительные объяснения.
- Содержание вашего профиля должно быть понятно неспециалистам в тех или иных НИОКР/научной области или области применения технологии.
- Избегайте использование технического жаргона.

Помните, что в описании запрещается оставлять аббревиатуру без пояснений, писать название товара или торговой марки.

Приводимые сведения должны быть достаточно подробными, чтобы заинтересовать потенциальных партнеров на раннем этапе. В тексте должны присутствовать ответы на самые очевидные возможные вопросы. К наиболее важным из них относятся рыночный контекст, слабые стороны существующих технологических решений (например, конкурентная среда) и т.д. В окончательной редакции текст должен легко читаться и

показывать потенциал ИЗ.

ИСКАМАЯ ТЕХНИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКАЦИЯ ИЛИ КВАЛИФИКАЦИЯ ПАРТНЕРА

Укажите, технологическая компетенция и специализация может потребоваться от партнера. Сфокусируйтесь на технических аспектах, на том, как они отражаются на вашем запросе.

Данный раздел крайне **важен**. В нем вы можете объяснить потенциальным партнерам, чего вы **ХОТИТЕ** и чего вы **НЕ ХОТИТЕ**. Постарайтесь, чтобы ваши соображения не сочли чрезмерно предписывающими, поскольку на данном этапе это может привести к сокращению числа потенциальных откликов на ваш запрос. С другой стороны не стоит делать спецификацию слишком широкой, это привлечет ненужные отклики и приведет к трате вашего времени, времени ваших коллег из EEN, а также их клиентов, которые выразили интерес.

Придерживайтесь сбалансированного подхода, зачастую именно он является оптимальным. Например, если вы ищите новые решения задачи, убедитесь, что ваша специализация позволяет осуществить такую работу.

Кратко опишите продукт и/или процессы, а также целевую цену и объем производства.

- Информация о конкурсе: тип конкурса, идентификатор конкурса, предмет, программа, дата окончания подачи заявок...
- Стадия разработки предложений.
- Запрашиваемое финансирование ЕС (примерно).
- Процент средств ЕС в запрошенном финансировании.
- Описание консорциума (партнеры, и т.д.)
- Четко обозначьте технические требования и иные задачи, которые потенциальный партнер будет решать в рамках проекта.

ПРАВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Укажите актуальный статус прав на интеллектуальную собственность или технологию. При необходимости можно выбрать более одного статуса. Обратите внимание, что даже если этот раздел не является обязательным для бизнес запросов (БЗ), тем не менее, желательно, чтобы были описаны какие-либо параметры в Комментариях о правах интеллектуальной собственности. Пожалуйста, следуйте определениям, приведенным в Руководстве "По вопросам интеллектуальной собственности в практике EEN", опубликованным специальной рабочей группой и доступной в Intranet (Интранет).

- Авторские права
- Права на дизайн
- Исключительные права
- Патент выдан или необходима заявка на патент
- Заявка на выдачу патента подана, но патент еще не выдан

- Патент выдан
- Секреты производства ноу-хау
- Товарный знак
- Другое (права растениеводов-селекционеров, право на базы данных ит.д.)

КОММЕНТАРИИ О ПРАВАХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Приведите дополнительную информацию о статусе прав на интеллектуальную собственность. Особенно важно указать все страны, в органы которых подавалось заявка на выдачу патентов или органы которых уже выдали патенты, если вы выбрали графы "Заявка на выдачу патента/-ов подана" и "Патент/-ы выданы ". Дополнительно, укажите все данные о выданных патентах, в отношении которых инициирована процедура продления срока их действия в других странах.

Здесь также будет полезно указать, что цель малого патента – защитить изобретение.

Если вы выбрали статус "Исключительные права", вы должны перечислить страны, в которых эти права были оформлены и органы, которые выдали патент, а также описать, в чем заключается статус (например, эксклюзивная лицензия). Если вы выбрали статус "Другое", то приведите дополнительную информацию (например, права растениеводов-селекционеров, право на базы данных права на топологию интегральных микросхем).

Важно, чтобы вы и ваш клиент осознавали, какую информацию о правах интеллектуальной собственности и других интеллектуальных активах (например, ноу-хау, списки клиентов, договоры) предоставить, перед тем, как это будет опубликовано в общедоступных базах данных или при возможных совместных обсуждениях с третьими лицами. Например, предмет профиля не может быть раскрыт или размещен на рынке заранее и поэтому должен считаться конфиденциальным.

Вопросы, которые вы должны задать своему клиенту:

- Сейчас правильный момент для публикации профиля?
 - Если да, то какая информация будет разглашена в публикациях EEN?
- Была ли информация о вашем продукте/процессе/сервисе/технологии и т.д. разглашена ранее?
 - Если нет, то вы рассчитываете защитить ваш продукт/сервис/технологии и т.д. путем регистрации права интеллектуальной собственности?
 - Если да, то вы подали заявку на оформление защиты ваших нематериальных активов (например, патент/торговая марка/запатентованный дизайн)? Если да, то каких?

Важное напоминание:

Как только профили заносятся в базу EEN, они доступны для всех партнеров Сети или в желаемом географическом регионе. В конечном итоге профили будут в общественном доступе, и их можно будет найти в интернете. Конфиденциальная информация клиента не должна разглашаться без разрешения. Любая публикация может сделать недействительным требование к будущей регистрации прав на интеллектуальную собственность.

Для дополнительной информации по вопросам интеллектуальной собственности, пожалуйста, смотрите Руководство "По вопросам интеллектуальной собственности в практике EEN", разработанное WG IPR II и опубликованное [IPR Intranet pages](#).

ИЗ – Распространение

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Выберите максимум пять ключевых слов, относящихся к описываемой клиентом технологии.

- Попробуйте использовать ключевые слова третьего уровня: они наиболее конкретны.
- Помните, что поиск часто ведется по одним только ключевым словам.
- При выборе ключевых слов сосредоточьте внимание на самой технологии, а не на ее рыночных применениях

КОДЫ РЫНОЧНЫХ ПРИМЕНЕНИЙ

Выберите максимум пять ключевых слов, характеризующих области применения разработки.

- Попробуйте использовать ключевые слова третьего уровня: они наиболее конкретны.
- Помните, что поиск часто ведется по одним только ключевым словам.
- При выборе ключевых слов сосредоточьте внимание на рыночных применениях технологии. Не забывайте, что области применения могут быть далеки от той сферы, к которой принадлежит технология.

КОДЫ NACE

Выберите максимум пять слов, соответствующих деятельности компании клиента.

- Попробуйте использовать ключевые слова третьего уровня: они наиболее конкретны.
- Помните, что поиск часто ведется по одним только ключевым словам.
- Обратите внимание, что ключевые слова NACE описывают деятельность компании клиента, а не содержание профиля.

ЦЕНТР СЕТИ

Данное поле заполняется автоматически. Здесь указывается организация, которая разместила ИЗ.

ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО

Как правило, эта графа заполняется тем, кто ее создает. В таком случае указывается имя и фамилия этого лица. Однако могут быть случаи, когда вам необходимо создать учетную запись, от имени участника вашей команды. В этом поле вы должны указать человека в вашей организации, который несет ответственность за профиль. Он получает статус первого контактного лица клиента по умолчанию.

ТЕМАТИЧЕСКАЯ (СЕКТОРАЛЬНАЯ) ГРУППА

Вы выбираете группу из заданного списка ассоциированных отраслевых групп. Эта

информация не будет доступна при внешней публикации профиля.

ОГРАНИЧЕНИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НЕКОТОРЫМИ СТРАНАМИ

У некоторых ваших клиентов может возникнуть необходимость исключить отдельные страны из списка стран распространения профиля. В этом поле вы указываете страны, в которых вы хотели бы распространить ваш профиль. Если поле оставить пустым, профиль будет виден всем странам. Выбранный список стран должен соответствовать сведениям, указанным в других разделах вашего профиля.

ИЗ – Клиент

ТИП И РАЗМЕР КЛИЕНТА

Укажите тип и размер организации, которая направляет ИЗ

- МСП <= 10 (малые и средние предприятия размером 10 или менее сотрудников)
- МСП 11-49 (малые и средние предприятия размером от 11 до 49 сотрудников)
- МСП 50-249 (малые и средние предприятия размером от 50 до 249 сотрудников)
- Предприятие 250-499 (предприятие размером от 250 до 499 сотрудников)
- Предприятие > 500 (предприятие размером более 500 сотрудников)
- Транснациональная компания > 500 (транснациональная компания размером более 500 сотрудников)
- Индивидуальный разработчик
- Другое
- НИИ (научно-исследовательский институт)
- Университет (Аккредитованные места обучения)

ГОД ОСНОВАНИЯ

Если считаете необходимым, укажите год основания компании клиента. Часто это является полезным показателем для понимания надёжности клиента и опыта работы в определённой сфере.

ГОДОВОЙ ОБОРОТ КОМПАНИИ (В ЕВРО)

Выберите приблизительный годовой оборот компании/организации в евро:

- <1М (менее 1 миллиона евро)
- 1-10М (от 1 до 10 миллионов евро)
- 10-20М (от 10 до 20 миллионов евро)
- 20-50М (от 20 до 50 миллионов евро)
- 50-100М (от 50 до 100 миллионов евро)
- 100-250М (от 100 до 250 миллионов евро)
- 250-500М (от 250 до 500 миллионов евро)

>500M (500 и более миллионов евро)

ОПЫТ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Поставьте флажок, если ваш клиент уже участвует в международных проектах. Это прекрасный показатель опыта клиента и его понимания тонкостей транснационального сотрудничества.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КОММЕНТАРИИ О КЛИЕНТЕ

Если необходимо, предоставьте любые дополнительные материалы об опыте работы или участие клиента в других НИОКР/ИЗ, финансируемых ЕС.

СЕРТИФИКАЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ

Укажите все международные признанные сертификаты, выданные клиенту (например, ISO9001). Можно указывать любые международные стандарты, включая основные варианты: AS, BS, DIN, ECOCERT, ELOT, EMAS, EN, FSC, GOST, ISO, OHSAS, MGIP, SA, SO, SPWG, TCO, TS, TSE и стандартов VESA. Для отображения национальных и региональных стандартов выберите пункт «Другое».

ВЛАДЕНИЕ ЯЗЫКАМИ

Укажите все языки, на которых может говорить клиент на профессиональном и деловом уровне. Уровень владения языками должен быть проверен.

СТРАНА КЛИЕНТА

Укажите основное место расположения клиента. Пожалуйста, убедитесь, что это можно проверить.

ИЗ – Искомый партнер

ТИП И РОЛЬ ИСКОМОГО ПАРТНЕРА

Укажите всю информацию, относящуюся к типу партнера (промышленная, академическая или исследовательская организация и т.д.).

Укажите область компетенции искомого партнера. Если, например, требуются специалисты в области пластмассы, производители пластмассы, дистрибьюторы пластмассовой упаковки, компании, занимающиеся переработкой пластмассовых упаковок. Приведите как можно более детальные сведения о ваших потребностях и предмете запроса.

Также укажите задачи, которые вы рассчитываете, будет решать искомый партнер. Всегда полезно приводить в запросе партнера дополнительные данные, например в виде следующих фраз с количественными показателями: объем сокращенных затрат..., производительность увеличилась на..., потребление сократилось...

Помните, это поле должно быть согласовано с другими полями разделов "Искомый партнер" и "Создать новый профиль". Чем конкретнее будет определение, тем больше шансов, что вы найдете подходящего партнера.

ПРОФИЛЬ ОТКРЫТ ДЛЯ ВЫРАЖЕНИЙ ИНТЕРЕСА

Снимите данный флажок, если вы не хотите получать выражения интереса к данному

профилю. Вы можете в любой момент изменить этот параметр (как правило, это делают, если пришло слишком много выражений интереса, и не хотят сразу же переходить к следующим этапам установление партнерских отношений).

ТИП И РАЗМЕР ИСКОМОГО ПАРТНЕРА

Выберите тип и размер организации искомого партнёра. Данный пункт должен быть согласован с другими полями профиля.

- <= 10 (малые и средние предприятия размером 10 или менее сотрудников)
- МСП 11-49 (малые и средние предприятия размером от 11 до 49 сотрудников)
- МСП 50-249 (малые и средние предприятия размером от 50 до 249 сотрудников)
- Предприятие 250-499 (предприятие размером от 250 до 499 сотрудников)
- Предприятие > 500 (предприятие размером более 500 сотрудников)
- Транснациональная компания > 500 (транснациональная компания размером более 500 сотрудников)
- Индивидуальный разработчик
- Другое
- НИИ (научно-исследовательский институт)
- Университет (Аккредитованные места обучения)

ТИП ТРЕБУЮЩЕГОСЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Единственный тип сотрудничества, который доступен обладателям профиля ИЗ – это:

- Соглашение о сотрудничестве в области научных исследований (**Research Cooperation Agreement**)

ИЗ – Конкурс

РАМОЧНАЯ ПРОГРАММА

Укажите, с какой рамочной программой связан ИЗ.

НАЗВАНИЕ КОНКУРСА

Укажите название конкурса для программы.

СХЕМА ОЦЕНКИ

Укажите схему оценки, указанную в конкурсе.

ОЖИДАЕМЫЙ БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

Укажите ожидаемый бюджет проекта. Пожалуйста, не забудьте указать денежную единицу.

ИСКОМЫЙ КООРДИНАТОР

Укажите, требуется ли в рамках проекта координатор для его управления.

ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДАЧИ ЗАЯВОК

Укажите дату окончания подачи заявок на ваш конкурс. Выберите дату из календаря, который откроется автоматически. После этой даты запрос не будут отображаться в системе, а предложения не будут вам поступать.

Дополнительная информация: Указанную дату нельзя изменить ни на более позднюю, ни на более раннюю. При указании неверной даты вам придется создать новый профиль. Рекомендуется в будущем устанавливать дату окончания подачи заявок за несколько месяцев.

СХЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ

Выберите наиболее подходящую схему финансирования вашего исследовательского проекта.

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА

Укажите срок реализации проекта (в неделях)

ВЕБ-ССЫЛКА НА РЕСУРС С ИНФОРМАЦИЕЙ О КОНКУРСЕ

Если необходимо, дайте ссылку на веб-сайт, на котором будет информация о конкурсе.

ЗАГОЛОВОК ПРОЕКТА И АББРЕВИАТУРА

Укажите заголовок проекта и любые относящиеся к нему аббревиатуры.

ИЗ – Прилагаемые материалы

В целях повышения шансов проекта вы можете приложить дополнительные материалы. Это особенно полезно для описания весьма сложных технологий, чтобы позволить неспециалистам понять концепцию. При этом ни на одном из загруженных в профиль изображении не должно присутствовать название компании/продукта или ее бренд.

Ограничения по количеству файлов отсутствуют, но размер каждого файла не должен превышать 4 Мбайт. Допустимые форматы: .jpg, .jpeg и .gif. Другие типы файлов не поддерживаются.

Помните, что существует много веб-инструментов, которые умеют сравнивать изображения и находить аналогичные. Если на сайте компании есть такое же изображение, это приведет к раскрытию анонимности клиента.

Отправка ИЗ и валидация профиля

Общая информация

Внимание! Этот раздел включен в Руководство с целью дать общее представление о процессе валидации профилей в EEN. Размещать профили в информационной системе EEN (Merlin) могут только сотрудники членов консорциума Gate2RuBIN. Центры – региональные партнеры Gate2RuBIN могут размещать профили только в информационной системе Gate2RuBIN.

Все профили, размещаемые в Merlin, проходят два этапа проверки перед публикацией и распространением среди центров EEN и компаний-клиентов. Соответствующая процедура была ведена в целях обеспечения высокого качества всех профилей, что во многом является залогом надежности нашей Сети.

Валидация профиля проводится в два этапа:

- Внутренняя валидация, проводящийся организацией/консорциумом.
- Внешняя валидация, проводящийся специалистами сети, которым даны права внешних валидаторов в соответствии с их опытом/специализацией.

Исполнительное ведомство по конкурентоспособности и инновациям также может выступать в роли валидатора и в определенных случаях последнее слово в оценке профиля остается именно за ним, например, при отсутствии достаточного количества валидаторов.

ВНУТРЕННЯЯ ВАЛИДАЦИЯ ПРОФИЛЯ

Администратор каждого консорциума должен дать права “внутреннего валидатора” эксперту (сотруднику), который будет отвечать за внутреннюю валидацию профилей, и при этом следовать Руководству по ИЗ.

Выполнять внутреннюю валидацию и размещать профиль должны разные лица. При этом первый должен также быть сотрудником той же организации/консорциума.

По окончании внутренней валидации, валидатор нажимает на кнопку "Отправить", и профиль отправляется группе внешних валидаторов.

При валидации ИЗ следует задать следующие вопросы:

- Имеет ли ИЗ шансы на получение финансирования? Отвечает ли он требованиям рабочей программы? Является ли описываемая в ИЗ технология прорывной?
- Помните: распространению по единой базе данных POD подлежат лишь проекты, которым требуются партнеры.

Партнеры, которые ищут проекты, не могут создавать ИЗ, они могут подготовить технологическое предложение или запрос на технологию!

ВНЕШНЯЯ ВАЛИДАЦИЯ ПРОФИЛЯ

Как только профиль одобрен и отправлен внутренним валидатором, он поступает группе внешних валидаторов. Внешние валидаторы имеют доступ к информационной панели внешней валидации и отбирать профили, которые соответствуют их опыту и выбранной категории профиля (при регистрации в качестве внешнего валидатора, сотрудник должен предоставить информацию о своем опыте и выбрать, по меньшей мере, одну

категорию Технологии/Бизнес/Исследования, определяющую тип профиля, которой он сможет валидировать. Валидаторы, которые выбирают категорию Технология, будут валидировать технологические предложения/технологические запросы; те, кто выбирает категорию Бизнес, будут валидировать бизнес предложения и бизнес запросы; те, кто выбирает категорию Исследования, будут валидировать ИЗ.

Валидаторы должны проводить тщательную оценку профиля на предмет его соответствия всем положениям настоящего документа. Валидаторы не получают доступа к контактным данным автора профиля или профилей, созданных ими самими или их консорциумами.

Профили остаются в пуле внешней валидации в течение 48 часов. В течение этого времени два валидатора должны выбрать для экспертизы данный профиль. Как только это произойдет, система закрывает доступ к нему для остальных валидаторов.

Замечание: Если лишь одно лицо берется за валидацию профиля в течение 48 часов или не берется никто, или если внешнему валидатору не удастся провести валидацию за пять рабочих дней, тогда профиль поступает на валидацию к экспертам Исполнительного агентства по конкурентоспособности и инновациям (EACI).

Каждый внешний валидатор должен выставить оценку профиля в баллах по 4 критериям. Баллы, выставленные двумя валидаторами, усредняются. Итоговый балл определяет дальнейшую судьбу профиля до публикации:

Ниже приведены четыре вопроса, на которые должны ответить внешние валидаторы:

1. Ясность и согласованность текста профиля
2. Преимущества и инновационные аспекты
3. Соответствие Руководству, языковые ошибки
4. Ожидания по сотрудничеству

Рейтинг профиля	Количество баллов (n/20)	Следующий этап
A. Отлично	17,5 – 20	Профиль подлежит публикации
B. Хорошо	13,5 – 17,4	
C. Удовлетворительно	9,5 – 13,4	

D. Плохо	4,5 – 9,4	Публикация профиля приостанавливается: система уведомляет создателя профиля о том, что данный профиль требует доработки и меняет статус профиля на "On hold from external review". Внешний валидатор составляет для создателя профиля рекомендации по его доработке; внутренний валидатор ставится в копию. Когда создатель профиля исправляет ошибки и снова подает его на валидацию, фаза внешней валидации возобновляется, и профиль поступают к тому же внешнему валидатору, который рассматривал его в первый раз. Этот процесс повторяется до тех пор, пока профиль не получит достаточно высокий балл для публикации.
E. Неудовлетворительно	0,5-4,4	Профиль признается неприемлемым и отправляется в архив.
F. Непригодный к опубликованию	0	Профиль автоматически дается статус on hold, если один из критериев получает 0 баллов, независимо от итоговой оценки.

Если оценки профиля, выставленные двумя внешними валидаторами существенно разнятся (например, один валидатор ставит 7 [Put on hold], а второй – 10 [Удовлетворительно]), тогда профиль отправляется в Исполнительное ведомство по конкурентоспособности и инновациям, где происходит последующая валидация профиля из-за разницы в оценках.

Как только профиль опубликован, он может быть распространен. Профили находятся в онлайн доступе в течение одного года.

Распространенные ошибки. Что надо и что не надо делать при составлении профиля

Аннотация/Описание

- При том, что Описание ИЗ может быть более детальным, чем Аннотация, не перегружайте его техническими терминами и помните, что зачастую профили читают партнеры Сети, которые не являются конечными потребителями продуктов/технологий. Содержание профиля должно быть ясно и понятно неспециалистам.
- Очень важно объяснить, КТО и ПОЧЕМУ может быть заинтересован в вашем профиле ясным и понятным языком. Дальше вы можете дать больше технических подробностей, но сделать понятной Аннотацию – первый абзац профиля – более

чем полезно.

Типы сотрудничества и поля комментариев

1. Типы сотрудничества

• Единственный тип сотрудничества, который доступен обладателям профиля ИЗ – это "Соглашение о совместной научной деятельности".

2. Тип сотрудничества/Комментарии:

В поле "Комментарии" вы ДОЛЖНЫ указать всю запрашиваемую информацию – предпочтительно по уже приведенным трем позициям, поскольку это облегчает восприятие текста.

- Тип искомого партнера:
- Специализация партнера:
- Задачи партнера:
- Опыт реализации проектов Евросоюза/международных проектов:

Вы можете предоставить информацию в другом формате, но если в ней не будут присутствовать все четыре пункта, профиль будет возвращен на доработку со статусом "On Hold".

3. Тип сотрудничества / Комментарии / Задачи партнера:

- В поле "Комментарии" в пункте "Задачи партнера" укажите форму сотрудничества, например, чем оба партнера – ваш клиент и искомый им партнер – будут заниматься.
- Описание подлежащих решению задач должно носить предметный характер и не должно содержать витиеватых фраз.
- НЕОБХОДИМО ОБОЗНАЧИТЬ ЗАДАЧУ, решение которой предполагает сотрудничество. "Знание xxx производства" – НЕУДАЧНЫЙ вариант. "Компания рассчитывает передать технологию и ноу-хау ууу" также НЕУДАЧНЫЙ вариант.

Лексика, синтаксис и стиль представления

Качество профиля зависит не только от технических подробностей, содержащихся в нем. Хорошая технология, будучи плохо описана, оставляет плохое впечатление об авторе, что может отпугнуть потенциальных партнеров.

1. Лексика и синтаксис:

Всегда перепроверяйте текст профиля с учетом следующих параметров:

- Орфография и лексика: например, посредством использования функции "проверка орфографии" MS Word и онлайн словарей.
- Воздерживайтесь от использования местоимений "мы/наш". Вы должны говорить о клиенте в третьем лице.
- Синтаксис: убедитесь, что ваши фразы имеют ЛИШЬ ОДНО толкование. В некоторых предложениях расстановка знаков препинания может совершенно поменять

смысл, как в известном примере:

- "A woman without her man is nothing".
- "A woman: without her, man is nothing".

2. Абзацы:

- Предпочтительны короткие предложения и абзацы: разбивка текста облегчает его восприятие и понимание инновационности предлагаемых или запрашиваемых технологий.
- Разбив текст на небольшие абзацы, вы сможете увидеть пропущенную информацию, или, что предложение нужно переделать.