|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | جمهورية العراق  وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  دائرة البحث والتطوير |  |

🙢ستراتيجية تسويق النتاجات العلمية🙠

اولاً: المقدمة

لطالما تعرض المجتمع الاكاديمي في العراق لانتقادات تتعلق بمصير النتاجات العلميةالتي يقوم بها الباحثين و المبتكرين و العلماء في الجامعات والهيئات والمعاهد العراقية، و مدى الاستفادة منها و ربطها بمشكلات المجتمع ومساهمتها الحقيقية في حلها، وكذلك مدى الاخذ بفوائدهاوتوصياتها الاقتصادية او العلمية فيما يخدم خطة النهوض بالبلد.

وعلى الرغم من قيام دائرة البحث والتطوير بتسويق النتاجات العلمية الا ان ذلك لازال ضمن سياقات عمل رتيبه، لذا فأن المجتمع الاكاديمي يطمح بتطوير جذري للاليات التي تهدف الى الربط الحقيقي للنتاجات العلميةبمشكلات المجتمع الحاليةوالمساهمة في حلها، وخصوصا ان الهيكلية الجديدة لدائرة البحث والتطوير تضم تشكيلات متخصصة في هذا الغرض.

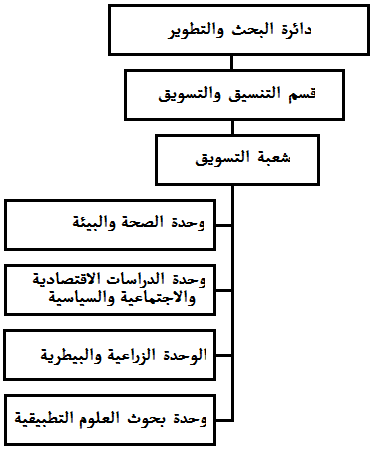
لقد تم اعداد هذه الدراسة في ضوء توجيه السيد مدير عام دائرة البحث والتطوير خلال الاجتماع المنعقد في 3/12/2012 مع مدراء الاقسام بضرورة التخلص من الامور التقليدية ودراسة ماهيه الاجراءات الادارية التي من شأنها تخفيف الثقل على الدائرة من حيث الاجراءاتووضع الخطط الجديدة للعمل، وقد تم ايضا مراعاه القوانين النافذة في الوزارة وسياقات العمل المتبعة حالياً في تسويق النتاجات العلمية لاعداد هذه الدراسة **لتكون دراسة قابلة للتنفيذ بعد استحصال الموافقات الاصولية عليها**.

ثانياً: الهدف من الدراسة

تهدف هذه الدراسة لوضع ستراتيجية عمل (**شعبة التسويق**) في قسم التنسيق والتسويق  
والتي تهدفبدورها في الاساس **للتسويق الامثل للنتاجات العلمية** المرتبطة بمشكلات المجتمع والتي تساهم في حلها او تقديم ما يخدم خطة النهوض بالبلد.

ثالثاً: شعبة التسويق (جهة التسويق)

تأسست**شعبة التسويق**في عام 2012وفق الهيكلية الجديدة لدائرة البحث والتطوير،  
حيث ترتبط شعبة التسويق بقسم (**التنسيق والتسويق**)، وتضم هذه الشعبة اربعة وحدات هي   
(وحدة الصحة والبيئة، وحدة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، الوحدة الزراعية والبيطرية،   
و وحدة بحوث العلوم التطبيقية).



تهدف شعبة التسويق(والتي تمثل **جهة التسويق**) وكافة الوحدات المرتبطة بها **الى تسويق النتاجات العلمية**كل حسب تخصصة من خلال ايصال النتاجات العلمية التي تنتجها  
كافة التشكيلات التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي (**جهات المنشأ**) الى المجتمع   
(**الجهات المستفيدة**)، ليتم ربط البحث العلمي بمشكلات المجتمع والعمل على المساهمة في حلها. وتعمل شعبة التسويق ضمن خطة عمل سنوية.

رابعاً: مهام عمل شعبة التسويق

تتعلق كافة مهام شعبة التسويق بعملية تسويق النتاجات العلمية ، وكما يلي:

1. اعداد استمارة خاصة لترميز جهات المنشأ للنتاجات العلمية **(المرفق رقم 1)**.
2. اعداد استمارة خاصة لطلب تسويق النتاج العلمي**(المرفق رقم 2)**، وتوزيعها على جهات المنشأ، وتحديثها وفق الحاجة.
3. اعداد استمارة تقييم تسويق النتاج العلمي**(المرفق رقم 3)**، وتوزيعها على الجهات المستفيدة، وتحديثها وفق الحاجة.
4. التحديث الدوري لصيغة العقد الاستثماري للنتاج العلمي **(المرفق رقم 4)**، وحسب المستجدات.
5. اعداد الخطة السنوية لعمل الشعبة **(المرفق رقم 5)**.
6. استلام الاحتياجات الفعلية من الجهات المستفيدة، وتوحيدها وارسالها الى جهات المنشأ والتي تقوم بدورها لما يلزم لانتاج النتاجات العلمية ذات العلاقة بتلك الاحتياجات.
7. استلام النتاجات العلمية وفق استمارة التسويق، وتوحيدها وتصنيفها من اجل تسويقها الى الجهات المستفيدة.
8. ارسال النتاجات العلمية بشكل مباشرة الى الجهات المستفيدة/ المستهدفة، ومتابعة الاستفادة منها.
9. تنظيم وانجاز العقود الاستثمارية للنتاجات العلمية بين الجهة المستفيدة و صاحب النتاج العلمي.
10. اقامة معرض سنوي عام للنتاجات العلمية، ودعوة كافة الجهات المستفيدة، ومتابعة الاستفادة منها.
11. متابعة اقامة المعارض التخصصية للنتاجات العلمية التي تقيمها تشكيلات الوزارة، ومتابعة الاستفادة منها.
12. اصدار النشرة التسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني للجهات المستفيدة.
13. اعداد كراس دوري خاص بالنتاجات العلمية وتوزيعة ونشرة على الانترنت.
14. تزويد قسم الاعلام بملخص عن النتاجات العلمية بشكل دوري ومستمر ليتسنى لهم العمل على عرضها في وسائل الاعلام الرسمية كافة.
15. تزويد القناة الفضائية الجامعية بكافة ما يتعلق بالنتاجات العلمية بشكل دوري ومستمر ليتسنى لهم العمل على عرضها في القناة الفضائية.
16. انشاء قاعدة بيانات خاصة للنتاجات العلمية ونشرها على الموقع الالكتروني للدائرة على الانترنت.
17. اقامة ورش العمل التعريفية والتثقيفية التي تهدف الى تقييم والارتقاء بمستوى عملية تسويق المنتاجات العلمية.
18. تحديث الصفحة الالكترونية الخاصة بالشبعة على الموقع الالكتروني لدائرة البحث والتطوير على الانترنت.

خامساً: خطة عمل شعبة التسويق

الجداول ادناه يمثل خطة العمل العامة لشعبة التسويق:

|  |  |
| --- | --- |
| **النشاط** | **حالة استمرارية العمل** |
| 1. اعداد قائمة لترميز جهات المنشأ | محدد |
| 1. اعداد استمارة خاصة لطلب تسويق النتاج العلمي | محدد |
| 1. اعداد استمارة خاصة للاستثمار النتاج العلمي | محدد |
| 1. استلام الاحتياجات الفعلية من الجهات المستفيدة | مستمر |
| 1. توحيداحتياجات الجهات المستفيدة وارسالها الى جهات المنشأ | مستمر |
| 1. استلام النتاجات العلمية القابلة للتسويق | مستمر |
| 1. توحيد وتصنيف النتاجات العلمية | مستمر |
| 1. ارسال النتاجات العلمية بشكل مباشرة الى الجهات المستفيدة | مستمر |
| 1. متابعة الاستفادة من النتاجات العلمية لدى الجهات المستفيدة | مستمر |
| **النشاط** | **حالة استمرارية العمل** |
| 1. تنظيم وانجاز العقود الاستثمارية للنتاجات العلمية بين الجهة المستفيدة و صاحب النتاج العلمي | مستمر |
| 1. اقامة معرض سنوي عام للنتاجات العلمية | سنوي |
| 1. متابعة اقامة المعارض التخصصية للنتاجات العلمية التي تقيمها تشكيلات الوزارة كافة | مستمر |
| 1. اصدار النشرة التسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني للجهات المستفيدة | مستمر |
| 1. اعداد كراس دوري خاص بالنتاجات العلمية وتوزيعة ونشرة على الانترنت | مستمر |
| 1. تزويد قسم الاعلام بملخص عن النتاجات العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في وسائل الاعلام الرسمية كافة | مستمر |
| 1. تزويد القناة الفضائية الجامعية بكافة ما يتعلق بالنتاجات العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في القناة الفضائية | مستمر |
| 1. انشاء قاعدة بيانات خاصة للنتاجات العلمية ونشرها على الموقع الالكتروني للدائرة على الانترنت وتحديثة | الانشاء محدد و  التحديث مستمر |
| 1. اقامة ورش العمل التعريفية والتثقيفية التي تهدف الى التعريفوالتقييم والارتقاء بمستوى عملية تسويق المنتاجات العلمية | مستمر |

اما خطة عمل شعبة التسويق المفصلة للعام 2013 قد تم ادراجها في **الملحق رقم (5)**.

سادساً: النتاج العلمي القابل للتسويق

توصف النتاجات العلمية الجامعية والتي تشمل (نتائج البحوث العلمية، براءات الاختراع، اطاريح الدكتوراة، رسائل الماجستير، مشاريع التخرج لطلبة الصفوف المنتهية، مخرجات المشاريع الريادية، مخرجات يوم العلم، ومخرجات الجوائز المتنوعة، مخرجات توصيات المؤتمرات والندوات) بأنها (**النتاج العلمي**) المرادتسويقة الى الجهات المستفيدة.وتصنف النتاجات العلمية بشكل عام الى نتاجات (الصحة والبيئة، الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، الزراعية والبيطرية، والعلوم التطبيقية).

ليس جميع النتاجات العلمية تكون نتاجات علمية قابلة للتسويق، حيث يجب ان **يتسم النتاج العلمي القابل للتسويق بالمعايير التسويقية**التالية:

1. ان يكون النتاج العلمي قابل للتطبيق في الظروف الحالية.
2. ان يساهم النتاج العلمي بحل مشكلة حقيقية يعاني منها المجتمع.
3. ان يتضمن النتاج العلمي قيمة علمية مضافة (تطبيقية و/او نظرية).
4. ان يعود النتاج العلمي بفائدة اقتصادية او علمية تخدم خطة النهوض بالبلد.
5. ان يكون النتاج العلمي غير مطبق او مستثمر سابقا لدى دوائر ومؤسسات الدولة.

يتم اعطاء **الرمز التسلسلي لكل نتاج علميقابل للتسويق**من قبل شعبة التسويق قبل ارساله الى الجهات المستفيدة، حيث ان الرمز التسلسلي سيكون مفيد جدا في الاجراءات الاحصائية والمتابعة والبحث وغيرها، ويكون الرمز التسلسلي كالتالي:

**( مرتبتين لرمز جهة المنشأ / مرتبة لرمز صنف النتاج العلمي / مرتبة لرمز نوع النتاج العلمي / مرتبة لرمز حالة النتاج العلمي /اربعة مراتب لسنة التسويق/ستة مراتب لتسلسل النتاج المسوق )**

مثال:الرمز التسلسلي (**02/1/03/1/2012/000001** )

المعنى (يقرأ من اليمين الى اليسار):

01 : يمثل رمز لجهة المنشأ، وكأن تكون جامعة بغداد (وهو رمز مكون من مرتبتين).

حيث يتم اعطاء رمز لكل جامعة، مثلا (بغداد/02)، (المستنصرية/03)، وهكذا لكافة التشكيلات الاخرى للوزارة.

**المرفق رقم (1)** يتضمن قائمة باسماء ورموز جهات المنشأ.

1 : يمثل رمز لصنف النتاج العلمي، وكأن يكون العلوم التطبيقية (وهو رمز مكون من مرتبة واحدة).

حيث يتم اعطاء رمز لكل صنف النتاج العلمي، مثلا (1/الصحة والبيئة)، (2/الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية)، (3/الزراعية والبيطرية)، (4/بحوث العلوم التطبيقية)، (5/اخرى).

03 : يمثل رمزلنوع النتاج العلمي، وكأن يكون براءه اختراع (وهو رمز مكون من مرتبتين).

حيث يتم اعطاء رمز لكل نوع نتاج علمي، مثلا (01/بحث عملي)،(02/براءة اختراع)،(03/اطروحة دكتوراه)،(04/رسالة ماجستير)،(05/مشروع تخرج)،(06/نتاج مشروع ريادي)،(07/نتاج ليوم العلم)،(08/نتاج لجوائز اخرى).

1 : يمثل رمزحالة النتاج العلمي، وكأن يكون تطبيقي (وهو رمز مكون من مرتبة واحدة).

حيث يتم اعطاء رمز لكل حالة نتاج علمي، مثلا (1/تطبيقي)، (2/اكاديمي).

2012: يمثل سنة تسويق النتاج العلمي.

00000001 : يمثل رمز تسلسل النتاج المسوق

حيث يتم اعطاء رمز يبدأ من الرقم 1 وصعوداً لكل نتاج علمي جاهز للتسويق.

سابعاً: جهة المنشأ

توصف كافة التشكيلات التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي بأنها (**جهات المنشأ**)  
التي تقوم بأنتاج النتاجات العلمية المتنوعة.وتضم جهة المنشأ كافة الجامعات والهيئات والمراكز والوحدات البحثية بالاضافة الى التشكيلات التابعة لمقر الوزارة. تقوم جهة المنشأ بتقديم النتاج العلمي بغيه تسويقة وفق الاستمارة الموضحة في **المرفق رقم (2)**.

و من اجل الارتقاء بمستوى تنظيم العمل يتطلب تشكيل (شعبة التسويق) لدى كافة جهات المنشأ (الجامعات والهيئات) ترتبط هيكلياً وتنظيمياً بمكتب مساعد رئيس الجامعة للشؤون العلمية.

ثامناً: الجهة المستفيدة

يوصف المجتمع (الجامعات، القطاع العام، القطاع الخاص والمختلط، والخارج) بكونه   
(**الجهة المستفيدة**)،وتصنف الجهة المستفيدةعلى اساس كونها اما (**الجهة المستهدفة**) (حيث تكون اهداف ونتائج النتاجات العلمية موجهة بالاصل الى هذه الجهات) او (**الجهة المحتملة**) (حيث يمكن لجزء او كامل اهداف ونتائج النتاجات العلمية ان تخدم هذه الجهات بشكل مباشر او غيرمباشر). ويكونالتواصل بين الجهات المستفيدة (المستهدفة و المحتملة) وجهات المنشأ من خلال شعبة التسويق التي تنظم العملية التسويقة بين الجهتين وتضمن حقوق كافة الاطراف.

تاسعاً: اليات تسويق النتاجية العلمية

توصف عملية تسويق النتاجات العلمية بأنها (**ايصال النتاجات العلمية من جهات المنشأ الى الجهات المستفيدة**) ليتم ربط البحث العلمي بمشكلات المجتمع والمساهمة في حلها.

تصنف عملية تسويق النتاج العلمي الى اليتان للعمل:

**الالية الاولى:ايصال النتاج العلمي الى الجهة المستفيدة /المستهدفة**:

**يتم من خلالارسال النتاج العلمي الى الجهات المستفيدة /المستهدفة مباشرة**. ويتم ذلك من خلال الوسائل التالية (ارسال النتاج العلمي بشكل مباشر الى الجهة المستفيدة /المستهدفة، عقد لقاءات مباشرة مع الجهات المستفيدة /المستهدفة لبيان ما تبحث عنه من احتياجات فعلية، استلام الاحتياجات الفعلية من الجهة المستفيدة /المستهدفة) بالاضافة الى (اصدار النشرة التسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني، اقامة المعارض التخصصية للنتاجات العلمية بحضور او بالتعاون مع الجهات المستفيدة /المستهدفة، اصدار كراس دوري خاص بالنتاجات العلمية وتوزيعة ونشره على الانترنت).

**الالية الثانية:استقطاب الجهة المستفيدة /المحتملةللنتاج العلمي**:

**يتم من خلال صياغة صورة واقعية لجهة المنشأ، وابراز جودة نتاجها العلمي، وطرح الملائم من النتاجات العلمية والترويج عنه، بالاضافة الى استطلاع ما تبحث عنه الجهة المستفيدة /المحتملة واحتياجاتها الفعلية**. ويتم ذلك من خلال الوسائل التالية (النشر في وسائل الاعلام، اجراء اللقاءات في القنوات الفضائية، اصدار النشرة التسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني، اقامة معارض عامة للنتاجات العلمية، اقامة المعارض التخصصية للنتاجات العلمية على هامش المؤتمرات والندوات المتنوعة التي تقيمها جهات المنشأ، اصدار كراس دوري خاص بالنتاجات العلمية وتوزيعة ونشره على الانترنت).

**المقارنة بين اليات التسويق**:

|  |  |
| --- | --- |
| **الالية الاولى (اليه الارسال المباشر)** | **الالية الثانية (اليه الاستقطاب)** |
| **الجهة المستفيدة معروفة، لذلك يتم ارسال النتاج العلمي الى الجهات المستفيدة/ المستهدفة مباشرة.** | **الجهة المستفيدة غير معروفة، لذلك يتم استقطاب الجهة المستفيدة /المحتملة للنتاج العلمي.** |
| عقد لقاءات مباشرة مع الجهات المستفيدة/المستهدفة لبيان ما تبحث عنه من احتياجات فعلية. | **النشر في وسائل الاعلام و اجراء اللقاءات في القنوات الفضائية ليتم صياغة صورة واقعية لجهة المنشأ، وابراز جودة نتاجها العلمي، وطرح الملائم من النتاجات العلمية والترويج عنه.** |
| استلام الاحتياجات الفعلية من الجهة المستفيدة/المستهدفة. | **استطلاع ما تبحث عنه الجهة المستفيدة/المحتملة واحتياجاتها الفعلية.** |
| اقامة المعارض التخصصية للنتاجات العلمية بحضور او بالتعاون مع الجهات المستفيدة/المستهدفة. | اقامة معارض عامة للنتاجات العلمية والمعارض التخصصية للنتاجات العلمية على هامش المؤتمرات والندوات المتنوعة التي تقيمها جهات المنشأ. |
| اصدار نشرة تسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني. | |
| اصدار كراس دوري خاص بالنتاجات العلمية وتوزيعة ونشره على الانترنت. | |

عاشراً: التحديات التي تواجه تسويق النتاجات العلمية والحلول المقترحة

تتعرض عملية تسويق النتاجات العلمية لعدة تحديات يمكن تشخيص ابرزها مع ادراج الحلول القابلة للتطبيق حالياً:

* **التحدي: تحديد الملائم من النتاجات العلمية والتي يمكن تسويقها**.

**الحل المقترح**: يمكن للجان العلمية في الكليات من القيام بهذه المهمة وفق الاستمارة الموضحة في **المرفق رقم (2)** و المعدة لهذا الغرض.

* **التحدي: تحديد الاحتياجات الفعلية التي تبحث عنها الجهة المستفيدة**.

**الحل المقترح**: يمكن للقاءات المباشرة مع الجهات المستفيدة لبيان ما تبحث عنه من احتياجات فعلية او من خلال استلام الاحتياجات الفعلية من الجهة المستفيدة، ويمكن القيام بذلك من خلال مايلي:

1. قيام المجالس التنسيقية بين وزارتنا والوزارات الاخرى والجهات غير المرتبطة بوزارة بدور فعال واساسي في هذا المجال.
2. القيام بأستضافة ممثلي الوزارات المعنية في اجتماعات هيئة الرأي واجتماعات هيئة البحث العلمي وحسب المواضيع المطروحة في الاجتماع، واستضافة ممثلي وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لدى اجتماعات مجالس الوزارات المعنية وحسب المواضيع المطروحة في جداول هذه الاجتماعات.
3. القيام جهات المنشأ بفعاليات استطلاعاتية او متابعاتميدانية لرصد حاجة المجتع لنتائج البحث العلمي.

* **التحدي: تحديد مقومات قبول النتاج العلمي لدى الجهة المستفيدة**.

**الحل المقترح**: يمكن للدراسات التقويمية والندوات وورش العمل التخصصية تناول ذلك وتقديم التوصيات والحلول اللازمة.

* **التحدي: تحديد كيفية الدفاع عن النتاج العلمي في حال تعرضه للتحدي وعدم القبول بعد تسويقة للجهة المستفيدة**.

**الحل المقترح**: يمكن للدراسات التقويمية والندوات وورش العمل التخصصية تناول ذلك وتقديم التوصيات والحلول اللازمة.

احد عشر: عقد استثمار النتاج العلمي

يهدف (**عقد استثمار النتاج العلمي**) الى تنظيم عملية استثمار النتاجات العلمية من قبل الجهات المستفيدة و الى ضمان حقوق اصحاب النتاجات العلمية، يتضمن عقد استثمار النتاج العلمي على عدة بنود تنظم الاطار التعاقدي بين "صاحب النتاج العلمي" و "الجهة المستفيدة" و بمصادقة دائرة البحث والتطوير في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي كونها الجهة المسوقة والراعية للجانب لتنفيذ النتاج العلمي لدى الجهة المستفيدة من الجانب العلمي.

**المرفق رقم (4)** يتضمن صيغة عقد استثمار النتاج العلمي، مع الاشارة الى ان صيغة هذا العقد مستندة على موافقة قسم العقود الحكومية/ دائرة الاعمار والمشاريع والمبلغة الينا بالكتاب ذي العدد   
ع ق/9448 في 3/12/2012 مع مراعاة تطبيق تعليمات الية تعاون تشكيلات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مع الوزارات والجهات غير المرتبطة بوزارة رقم (160) لسنة 2009، ومراعاه ان تكون صيغة العقد منسجمة مع موضوع استثمار النتاج العلمي.ويجدر الاشارة الى انه قد تم الانتهاء من تنظيم عقد "**استثمار براءة الاختراع**" منذ منتصف اذار/2010، وفق الصيغة المعدلة والمبلغة الينا من قبل قسم العقود الحكومية/ دائرة الاعمار والمشاريع بالكتاب ذي العدد ع/1672 في 16/3/2010، الا انه لم يتم توقيع اي عقد استثماري لغاية الان.

اثنا عشر: النظام الالكتروني لادارة العلمية التسويقية

ان النظام الالكتروني لادارة العلمية التسويقية، هو نظام الكتروني يعمل على ادارة جميع الانشطة والفعاليات الخاصة بالعملية التسويقية لدى كل من الجهات الثلاثة (جهة المنشأ – الوزارة – الجهة المستفيدة)، حيث يتضمن النظام:

1. نظام سير العمل-Workflow .
2. قاعدة بيانات متكاملة خاصة بالنتاجات العلمية.
3. موقع الكتروني للنتاجات العلمية ضمن الموقع الرسمي لدائرة البحث والتطوير.
4. تطبيق iApplication لجعل النظام يعمل على اجهزة iPAD و iPhone.

ويكون العمل لدى كل من (شعبة التسويق في دائرة البحث والتطوير) و (كافة شعب التسويق في الجامعات والهيئات والبالغ عددهم (24) شعبة) بأستخدام اجهزة iPADو iPhoneبدلاً عن الحاسبات (او بجانبها عند الرغبة)، بالاضافة الى اجهزة الارشفة السريعة (High Speed Scanners)، وبالاعتماد على شبكة الانترانت وشبكة الانترنت.

بحيث تتم ادارة العملية التسويقية الكترونيا بالكامل دون الحاجة لاستخدام الورق (مع امكانية استخدام الورق في اي مرحلة من مراحل العمل "عند الرغبة" بجانب العمل الالكتروني).

ثلاثة عشر: البرنامج الاعلامي

يتضمن البرنامج الاعلامي لتسويق النتاجات العلمية على مايلي:

1. اصدار بوسترات علمية حول اهمية النتاج العلمي، ولصقه في كافة الاقسام العلمية والمراكز والوحدات البحثية.
2. اصدار فولدر تعريفي لتسويق النتاج العلمي، يوزع خلال الندوات وورش العمل، وعلى الجامعات والهيئات، والوزارات والجهات المستفيدة.
3. تزويد القناة الفضائية الجامعية بكافة ما يتعلق بالنتاجات العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في القناة الفضائية.
4. تزويد قسم الاعلام الكترونياً بملخص عن النتاجات العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في وسائل الاعلام الرسمية كافة.
5. اقامة معرض سنوي عام للنتاجات العلمية لكافة تشكيلات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، على ارض معرض بغداد الدولي التنسيق مع الشركة العامة للمعارض والخدمات التجارية العراقية/ وزارة التجارة.
6. اقامة الندواتالعلمية التثقيفية(التي تهدف الى الاعلان عن ستراتيجية تسويق النتاجات العلمية، التعريف باليات عمل تسويق النتاجات العلمية، تقييم والارتقاء بمستوى عملية تسويق النتاجات العلمية، وكل مايتعلق بعملية التسويق الامثل للنتاج العملي).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ت | النشاط | الهدف | الجهة المدعوة | تاريخ الاقامة | مكان الاقامة |
| 1 | ندوة علمية تثقيفية  (ندوة الاعلان عن الستراتيجية) | الاعلان عن ستراتيجية تسويق النتاجات العلمية | * مجالس الجامعات. * مجالس الهيئات. * ممثلي الوزارات. | بداية شباط /2013 | جامعة بغداد/  قاعة الحكيم |
| 2 | ورشة عمل تخصصية  (ورشة عمل تخصصية) | التعريف باليات العمل والتقييم والارتقاء بعملية تسويق النتاجات العلمية | * مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. | وسط شباط /2013 | مقر الوزارة |
| ت | النشاط | الهدف | الجهة المدعوة | تاريخ الاقامة | مكان الاقامة |
| 3 | ندوة علمية تثقيفية  (ندوة عامة – مناطقية) | التعريف بعمليةتسويق النتاجات العلمية | * مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. * المهتمين والمتخصصين والباحثين في الجامعات والهيئات. | الاسبوع الاول/ اذار /2013 | جامعة النهرين/ قاعة السلام |
| 4 | ندوة علمية تثقيفية  (ندوة عامة – مناطقية) | التعريف بعمليةتسويق النتاجات العلمية | * مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. * المهتمين والمتخصصين والباحثين في الجامعات والهيئات. | الاسبوع الثاني/  اذار /2013 | جامعة الكوفة |
| 5 | ندوة علمية تثقيفية  (ندوة عامة – مناطقية) | التعريف بعمليةتسويق النتاجات العلمية | * مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. * المهتمين والمتخصصين والباحثين في الجامعات والهيئات. | الاسبوع الثالث/  اذار /2013 | جامعة الموصل |
| 6 | ندوة علمية تثقيفية  (ندوة عامة – مناطقية) | التعريف بعمليةتسويق النتاجات العلمية | * مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. * المهتمين والمتخصصين والباحثين في الجامعات والهيئات. | الاسبوع الرابع/  اذار /2013 | جامعة البصرة |
| 7 | ورشة عمل تخصصية  (ورشة عمل تخصصية) | التعريف بنظام  التسويق الالكتروني | * مسؤولي شعب التسويق في الجامعات والهيئات. | بداية ايار /2013 | مقر الوزارة |

- المرفق رقم 1 -

قائمة باسماء ورموز جهات المنشأ

|  |  |
| --- | --- |
| **جهة المنشأ** | **الرمز** |
| * تشكيلات مقر الوزارة | **01** |
| * جامعة بغداد | **02** |
| * الجامعة المستنصرية | **03** |
| * جامعة البصرة | **04** |
| * جامعة الموصل | **05** |
| * الجامعة التكنولوجية | **06** |
| * جامعة الكوفة | **07** |
| * جامعة تكريت | **08** |
| * جامعة القادسية | **09** |
| * جامعة الانبار | **10** |
| * الجامعة العراقية | **11** |
| * جامعة بابل | **12** |
| * جامعة النهرين | **13** |
| * جامعة ديالى | **14** |
| * جامعة كربلاء | **15** |
| * جامعة ذي قار | **16** |
| * جامعة كركوك | **17** |
| * جامعة واسط | **18** |
| * جامعة ميسان | **19** |
| * جامعة المثنى | **20** |
| * جامعة سامراء | **21** |
| * جامعة القاسم الخضراء | **22** |
| * هيئة التعليم التقني | **23** |
| * الهيئة العراقية للحاسوب والمعلوماتية | **24** |

- المرفق رقم 2 -

صورة شخصية

مسودة استمارة "طلب تسويق النتاج العلمي"

|  |
| --- |
| رقم الاستمارة ( ) |

|  |
| --- |
| 1. جهة المنشأ: |
| الجامعة/الهيئة:  الكلية/المعهد/المركز:  القسم/الفرع/الوحدة: |

|  |
| --- |
| 2. وسيلة الاتصال بالباحث / رئيس الفريق البحثي: |
| اسم الباحث/ رئيس الفريق البحثي:  رقم الهاتف النقال:  البريد الالكتروني: |

|  |
| --- |
| 3. النتاج العلمي : |
| اسم النتاج العلمي: |
| نبذة موجزة عن النتاج العلمي: |

|  |  |
| --- | --- |
| 4. معلومات ذات صلة: | |
| صنف النتاج العلمي:  ( ) الصحة والبيئة ( ) الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية  ( ) الزراعية والبيطرية ( ) العلوم التطبيقية ( ) اخرى | |
| نوع النتاج العلمي:  ( ) بحث عملي ( ) براءة اختراع ( ) اطروحة دكتوراة ( ) رسالة ماجستير  ( ) مشروع تخرج ( ) نتاج مشروع ريادي ( ) نتاج ليوم العلم ( ) ابداع وابتكار ( ) اخرى | |
| حالة النتاج العلمي:  ( ) تطبيقي ( ) اكاديمي | موقف النتاج العلمي:  ( ) منجز غير منشور ( ) منجز منشور |

|  |
| --- |
| 5. الجهات المستفيدة: |
| الجهات المستفيدة/ المستهدفة:  اسم الجهة البريد الالكتروني رقم الهاتف . |
| الجهات المستفيدة/ المحتملة:  اسم الجهة البريد الالكتروني رقم الهاتف . |

|  |
| --- |
| 6. المساهمة في حل مشكلة حقيقية يعاني منها المجتمع: |
| المشكلة التي يعاني منها المجتمع: |
| مدى المساهمة في حل المشكلة: |

|  |
| --- |
| 7. القيمة العلمية المضافة (التطبيقية و/او النظرية): |
|  |

|  |
| --- |
| 8. الفائدة الاقتصادية او العلمية التي تخدم خطة النهوض بالبلد: |
|  |

|  |
| --- |
| 9. رأي اللجنة العلمية في الكلية/ المعهد/ المركز البحثي/ الوحدة البحثية (جهة المنشأ): |
| بيان الرأي تجاه المعايير التسويقية:   * النتاج العلمي قابل للتطبيق في الظروف الحالية ( )نعم - ( ) نوعا ما - ( ) لا * يساهم النتاج العلمي بحل مشكلة حقيقية يعاني منها المجتمع ( ) نعم - ( ) نوعا ما - ( ) لا * النتاج العلمي ذو قيمة علمية مضافة (تطبيقية و/او نظرية) ( ) نعم - ( ) نوعا ما - ( ) لا * النتاج العلمي يعود بفائدة اقتصادية او علمية تخدم خطة النهوض بالبلد ( ) نعم - ( ) نوعا ما - ( ) لا * النتاج العلمي غير مطبق او مستثمر سابقا لدى دوائر ومؤسسات الدولة ( ) نعم - ( ) نوعا ما - ( ) لا   بيان الرأي النهائي تجاه تسويق النتاج العلمي:  ( ) النتاج قابل للتسويق.  ( ) النتاج غير قابل للتسويق.  اللجنة العلمية في جهة المنشأ  / / 2013 . |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 10. رأي قسم التنسيق والتسويق: |  | 11. مصادقة مدير عام دائرة البحث والتطوير: |
| *. . . يكون الرأي فقط فيما يتعلق بوجود نتاجات علمية مسوقه سابقاً او تكرار تسويق نفس النتاج العلمي او نتاج علمي مشابهة وغيرها من الامور التسويقية . . .*  مدير قسم التنسيق والتسويق  / / 2013 . |  | أصادق على الرأي النهائي للجنة العلمية في الجامعة/ الهيئة (جهة المنشأ) و رأي شعبة التسويق في دائرتنا (جهة التسويق) فيما يتعلق بتسويق النتاج العلمي الى الجهات المستفيدة.  أ.م.د. محمد عبد عطية السراج .  المدير العام لدائرة البحث والتطوير  / / 2013 . |

- المرفق رقم 3 -

مسودة استمارة "استثمار النتاج العلمي"

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| رقم الاستمارة ( ) |  | رقم النتاج العلمي ( ) |

|  |
| --- |
| 1. النتاج العلمي : |
| اسم النتاج العلمي: |
| نبذة موجزة عن النتاج العلمي: |

|  |  |
| --- | --- |
| 2. معلومات ذات صلة: | |
| صنف النتاج العلمي:  ( ) الصحة والبيئة ( ) الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية  ( ) الزراعية والبيطرية ( ) العلوم التطبيقية ( ) اخرى | |
| نوع النتاج العلمي:  ( ) بحث عملي ( ) براءة اختراع ( ) اطروحة دكتوراة ( ) رسالة ماجستير  ( ) مشروع تخرج ( ) نتاج مشروع ريادي ( ) نتاج ليوم العلم ( ) نتاج لجوائز اخرى ( ) اخرى | |
| حالة النتاج العلمي:  ( ) تطبيقي ( ) اكاديمي | موقف النتاج العلمي:  ( ) منجز غير منشور ( ) منجز منشور |

|  |
| --- |
| 3. المساهمة في حل مشكلة حقيقية يعاني منها المجتمع: |
| المشكلة التي يعاني منها المجتمع: |
| مدى المساهمة في حل المشكلة: |

|  |
| --- |
| 4. القيمة العلمية المضافة (التطبيقية و/او النظرية): |
|  |

|  |
| --- |
| 5. الفائدة الاقتصادية او العلمية التي تخدم خطة النهوض بالبلد: |
|  |

|  |
| --- |
| 6. رأيالجهة المستفيدة |
| بيان الرأي تجاه مدى الاستفادة من النتاج العلمي:  ( ) يمكن استثمار النتاج العلمي.  ( ) لا يمكن استثمار النتاج العلمي، بيان الاسباب:   |  | | --- | |  | |
| في حال الحاجة لعقد لقاء تفاوضي من اجل استثمار النتاج العلمي   * اسم مخول الجهة المستفيدة: * العنوان الوظيفي للمخول: * وسيلة الاتصال: رقم الهاتف ( ) – البريد الالكتروني ( ) * الموعد المقترح لعقد اللقاء:   يوم ( ) الموافق ( / / 2013) عند الساعة ( صباحا/ بعد الظهر)   * مكان عقد اللقاء:   ( ) شارع النضال/ المجمع التربوي/ مبنى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/  الطابق السادس - دائرة البحث والتطوير/ قسم التنسيق والتسويق.  ( ) الجهة المستفيدة (يتم ذكر عنوان مكان الجهة المستفيدة الكامل): |
| توقيع وختم الجهة المستفيدة:  الجهة المستفيدة  / / 2013 |

-المرفق رقم 4-

عقد استثمار نتاج علمي

**الطرف الاول:** الجهة المستثمرة وتتمثل في ......................................................................................

**الطرف الثاني:** صاحب النتاج العلمي/ السيد .....................................................................................

المنتسب الى:-

الجامعة/ الهيئة: .................................................

الكلية/ المعهد/ المركز: ........................................

القسم/ الفرع/ الوحدة: .........................................

تم الاتفاق بين الطرفين على مايأتي:

**اولاً: موضوع العقد:**

استثمار النتاج العلمي المعنون ....................................................................................................... من قبل الطرف الاول، والتي تعود للطرف الثاني، لغرض ..................................................................

................................................................................................................................................

**ثانياً: مدة العقد:**

تكون مدة العقد ................................... تبدأ من تاريخ نفاذيه العقد وقابلة للتجديد بأتفاق الطرفين بعد استحصال الموافقات الاصولية.

**ثالثاً: مبلغ العقد وشروط الدفع:**

يكون المبلغ الكلي للعقد .......................................... دينار عراقي يتم تسديده من قبل الطرف الاول وفقاً للنسب المبينة في ادناه:

1. يتم تسديد مبلغ مقداره 10% من مبلغ العقد الكلي الى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ دائرة البحث والتطوير بأعتبارها الجهة الراعية لتنفيذ المشروع من الناحية العلمية.
2. يتم تسديد 30% من قيمة العقد للطرف الثاني بعد توقيع العقد.
3. يتم تسديد 20% من قيمة العقد للطرف الثاني عند انجاز 50% من مشروع استثمار النتاج العلمي.
4. يتم تسديد 20% من قيمة العقد للطرف الثاني عند انجاز 80% منمشروع استثمار النتاج العلمي.

**رابعاً: الضمانات المالية والغرامات التأخيرية:**

1. يتم حجز 20% من قيمة العقد لدى الطرف الاول لحين انجاز المشروع استثمار النتاج العلمي، ويتم تسديدها للطرف الثاني بعد تسوية الحساب النهائي.
2. يتم فرض غرامة تأخيرية مقدارها ..........% عن كل يوم تأخير في تنفيذ المشروع يكون الطرف الثاني متسببا فيه، وتحسب الغرامة وفقا للمعادلة المنصوص عليها في تعليمات تنفيذ العقود الحكومية النافذة في وقت التعاقد.

**خامساً: التزامات الطرفين:**

**1- التزامات الطرف الثاني:**

1. يلتزم بتقديم تعهد ينص على انه لم يسبق التعاقد مع ايه جهة اخرى لاستثمار النتاج العلمي، والتعهد بعدم التعاقد على استثماره مستقبلا مع اي جهة اخرى، سواء اكانت داخل او خارج العراق.
2. يلتزم بتقديم كافة المعلومات والاوليات اللازمة لاستثمار النتاج العلمي الى الجهة المستفيدة حصراً.
3. يلتزم بتقديم تقريراً مفصلاً عن نوعية الالات والمعدات والاجهزة التي يجب استخدامها في تنفيذ النتاج العلمي.
4. تكون ملكية المعلومات وانتاج المشروع حصرا للطرف الاول ولايجوز لايه جهة الاستفادة منها الا بالاتفاق معه.
5. يلتزم بالاشراف الكامل على جميع مراحل تنفيذ المشروع.
6. يتعهد بالتواجد خلال فترة تنفيذ المشروع وبواقع ...... يوم من كل ........(شهر/ اسبوع).
7. يتعهد بتقديم المشورة اللازمة التي يحتاج لها العمل بالمشروع والتي من شأنها ان تذلل عوائق العمل.

**2- التزامات الطرف الاول:**

1. يلتزم بتنفيذ المشروع بالكامل وتوفير كافة مستلزماته من معدات والات ومكائن واجهزة وايدي عاملة.
2. يلتزم بتهيئة الموقع الملائم لتنفيذ المشروع.
3. يلتزم بتسديد مبلغ العقد وفقا للنسب المشار اليها في البند (ثالثا) من العقد.
4. تقديم كافة التسهيلات اللازمة لحضور الطرف الثاني واشرافه على المشروع من وسائط نقل ومكان للعمل ...الخ.
5. يلتزم بعدم اجراء ايه تعديلات او تغييرات على موضوع النتاج العلمي سواء كان ذلك يتعلق بالمواد او الاجهزة او المعدات او اليه التنفيذ المتفق عليها الا بموافقة الطرف الثاني.
6. اصدار وثيقة تنص على ان المشروع قد تم بناءاً على استثمار النتاج العلمي العائد للطرف الثاني.
7. السماح لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ دائرة البحث والتطوير بمتابعة مراحل تنفيذ المشروع وتقديم التقارير الخاصة بمراحل تقدم العمل.

**سادساً: احكام عامة:**

1. في حالة وجود خلاف بين الطرفين المتعاقدين في تفسير بنود العقد او اجراءات تنفيذه، يتم تشكيل لجنة محايدة من الطرف الاول ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي لحل الاشكالات، وتكون ملزمة لكلا الطرفين.
2. في حالة توقف العمل في المشروع لظروف طارئة او قوة قاهرة خارجة عن ارادة الطرفين، يتم تنظيم محضر بذلك، على ان يتم استئناف العمل بعد زوال هذه الظروف، وبنفس بنود وشروط التعاقد السابقة، مالم يتم الاتفاق بين الطرفين على تعديل جزء او كل منها.
3. في حالة عدم امكانية انجاز مشروع استثمار النتاج العلمي لسبب يعود الى الطرف الثاني او لظروف خارجة عن ارادة الطرفين، لا تترتب ايه تبعات مالية او قانونية على الطرف الثاني، ويعتبر العقد منتهيا، وان الطرف الثاني في حل من الالتزامات التعاقدية تجاه الطرف الاول.
4. في حالة وفاة الطرف الثاني، يبقى العمل بالعقد ساريا تحت اشراف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ دائرة البحث والتطوير، وتؤول الحقوق المالية المترتبة عن هذا العقد الى ورثته الشرعيين.
5. يخضع العقد لكافة الرسوم والضرائب المقررة بموجب القوانين والتعليمات النافذة.
6. تعتبر جميع المحاضر الموقعة بين الطرفين جزء لايتجزأ من العقد.

**سابعاً:**الطرف الثاني غير مسؤول عن الاخطار والاعراض الجانبية الناتجة اثناء تنفيذ المشروع واستثمار النتاج العلمي.

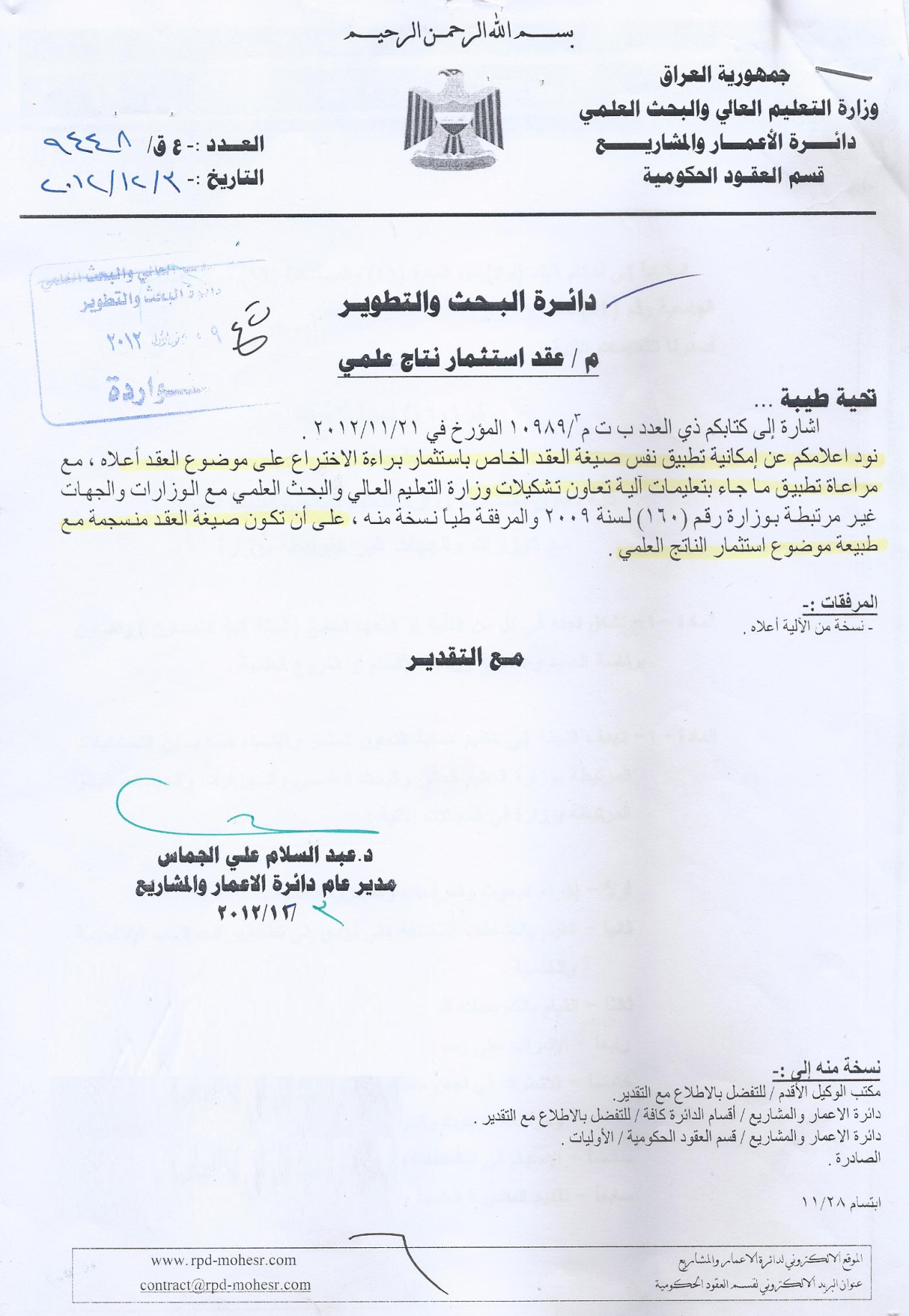
**ثامناً:** في حالة حاجة المشروع لحضور الطرف الثاني لفترات غير منصوص عليها في الفقرة (و) من البند (سادسا) من العقد، يكون ذلك لقاء مبالغ مالية اضافية يتم الاتفاق عليها بين الطرفين.

**تاسعاً:**في حالة توقف العمل بالمشروع لاي سبب كان لمدة تساوي او تزيد على ضعف مدة العقد الاصلية المشار اليها في البند (ثانيا) يعتبر العقد منتهيا، ويكون الطرف الاول ملزما بتسديد كافة حقوق الطرف الثاني، مالم يكن الطرف الثاني متسببا جزءا او كلا في التوقف.

حرر هذا العقد بتاريخ / / 201 في بغداد، ويعتبر نافذاً من تاريخ / / 201.

**الطرف الثاني الطرف الاول**

**مصادقة دائرة البحث والتطوير**

****

- المرفق رقم 5-

خطة عمل شعبة التسويق للعام 2013

تم وضع خطة عمل شعبة التسويق للعام 2013 في ضوء خطة العمل العامة المبينة في الفقرات(احد عشر، اثنا عشر و ثلاثة عشر)لهذه الستراتيجية.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **النشاط** | **المتطلبات** | **مدة العمل** | **حالة العمل** |
| 1. اعداد قائمة لترميز جهات المنشأ | / | لغاية 28/2/2013 | محدد |
| 1. اعداد استمارة خاصة لطلب تسويق النتاج العلمي | / | لغاية 28/2/2013 | محدد |
| 1. اعداد استمارة خاصة للاستثمار النتاج العلمي | / | لغاية 28/2/2013 | محدد |
| 1. استلام الاحتياجات الفعلية من الجهات المستفيدة | التنسيق الفعال مع الجهات المستفيدة | مستمر | مستمر |
| 1. تشكيل (شعبة التسويق) في جميع جهات المنشأ (الجامعات والهيئات) | اصدار التوجيهات التي تتعلق بذلك | لغاية | محدد |
| 1. توحيداحتياجات الجهات المستفيدة وارسالها الى جهات المنشأ | تشكيل (شعبة التسويق) في جميع الجامعات والهيئات | مستمر | مستمر |
| 1. استلام النتاجات العلمية القابلة للتسويق | اعداد نظام الكتروني  على ان ينجز قبل 1/4/2012 | مستمر وبشكل الكتروني | مستمر وبشكل الكتروني |
| 1. بيان الرأي تجاه قبول التسويق والمصادقة عليه من قبل مدير عام دائرة البحث والتطوير |
| 1. توحيد وتصنيف النتاجات العلمية |
| 1. ارسال النتاجات العلمية بشكل مباشرة الى الجهات المستفيدة |
| 1. متابعة الاستفادة من النتاجات العلمية لدى الجهات المستفيدة |
| 1. اصدار النشرة التسويقية وارسالها عبر البريد الالكتروني للجهات المستفيدة |
| 1. اصدار كراس دوري خاص بالنتاجات العلمية وتوزيعة ونشرة على الانترنت |
| 1. تزويد قسم الاعلام الكترونياً بملخص عن النتاجات العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في وسائل الاعلام الرسمية كافة |
| 1. تحديث قاعدة البيانات والموقع الالكتروني الخاصة بالنتاجات العلمية |
| 1. اقامة معرض سنوي عام للنتاجات العلمية لكافة تشكيلات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، على ارض معرض بغداد الدولي | التنسيق مع الشركة العامة للمعارض والخدمات التجارية العراقية/ وزارة التجارة | ايار | سنوي |
| 1. متابعة اقامة المعارض التخصصية للنتاجات العلمية التي تقيمها تشكيلات الوزارة كافة | التنسيق مع الجامعات وتشكيلات الوزارة | مستمر | مستمر |
| 1. تزويد القناة الفضائية الجامعية بكافة ما يتعلق بالنتاجات العلمية ليتسنى لهم العمل على عرضها في القناة الفضائية | التنسيق مع ادارة القناة الفضائية الجامعية | مستمر | مستمر |
| 1. تنفيذ البرنامج الاعلامي لتسويق النتاجات العلمية (**المبين في الفقرة احد عشر لهذه الستراتيجية**) | الاعدا والتهيئة لاقامة الندوات العلمية التثقيفية بالتنسيق مع الجامعات ودعوة الجهات المستفيدة | مستمر | مستمر |
| 19. 1. اصدار بوسترات علمية حول اهمية النتاج العلمي. | طبع البوسترات | لغاية 31/1/2103 | محدد |
| 19. 2. اصدار فولدر تعريفي لتسويق النتاج العلمي. | طبع الفولدرات | لغاية 31/1/2103 | محدد |
| 19. 3. ندوة علمية تثقيفية (ندوة الاعلان عن الستراتيجية) | التهيئة لعقد الندوة | بداية شباط /2013 | محدد |
| 19. 4. ورشة عمل تخصصية (ورشة عمل تخصصية) | التهيئة لعقد الورشة | وسط شباط /2013 | محدد |
| 19. 5. ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية) | التهيئة لعقد الندوة | الاسبوع الاول/  اذار /2013 | محدد |
| 19. 6. ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية) | التهيئة لعقد الندوة | الاسبوع الثاني/  اذار /2013 | محدد |
| 19. 7. ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية) | التهيئة لعقد الندوة | الاسبوع الثالث/  اذار /2013 | محدد |
| 19. 8. ندوة علمية تثقيفية (ندوة عامة – مناطقية) | التهيئة لعقد الندوة | الاسبوع الرابع/  اذار /2013 | محدد |
| 19. 9. ورشة عمل تخصصية (ورشة عمل تخصصية) | التهيئة لعقد الورشة | بداية ايار /2013 | محدد |