

# Взаимодействие с индустрией: ПРАКТИКИ

# Проблема взаимодействия лежит в зоне:

- Коммуникаций – «не договорились», «поговорили на разных языках»
- Продвижения вуза как центра технологических компетенций – отсутствие упаковки, отсутствие информации – бизнес просто не знает, зачем к Вам можно обратиться.
- Предубеждения – («ученые не работают, мы потеряем деньги»)
- Менеджмента проекта внутри вуза – если не успеем к сроку, то ничего страшного

- *Посмотрите на Ваш сайт. Легко ли на нём найти контакт сотрудника, который взаимодействует с промышленностью? Сможет ли он на должном уровне рассказать, чем занимается ваш университет и дать полную раскладку по проектам?*

**1. Компании с устоявшимися связями с наукой.** Есть группа университетов, с которыми выстроены взаимоотношения. Как правило, работы выполняются в текущем режиме, университет решает специфические задачи, научная группа развивается вместе с предприятием, обладает уникальными компетенциями (оборонная промышленность, наличие базовой кафедры, взаимодействие в области подготовки

2. Компании, которые ищут решение своих задач на открытом рынке и готовы экспериментировать («открытые инновации»)

3. Самодостаточные компании (такие, например, как ТехУспех), которые имеют собственные научные заделы и далеко опережают многие университеты по своим компетенциям

## **Риск №1 Компетенции**

Бизнес считает, что научная команда не обладает достаточными компетенциями под потребности.

Вуз работает на публикации.

## **Риск №2 Интеллектуальная собственность**

Вуз захочет оставить права себе, бизнесу это не выгодно, так как возможна конкуренция

**Риск №3 Вуз к установленному сроку не успеет сделать задачу, а бизнес будет нести финансовые риски**

- Определите то, в чем вы молодцы, несколько ключевых тем, направлений то, на чем следует сосредоточиться.
- Транслируйте это всеми способами для вашей целевой аудитории промышленных предприятий: сайт, мероприятия, биржи контактов, рассылки и т.д. Эту информацию должно быть легко найти, она должна быть под рукой
- Проведите презентационную сессию научно-исследовательских компетенций университета для предприятий региона, соседних регионов, для всей страны
- Пиарьте успешные завершённые контракты, чтобы продемонстрировать себя как надёжного партнёра
- Заведите переговорщика, человека, который будет способен представить ваш университет лучше, чем он есть
- Разработайте качественные презентационные материалы
- Предлагайте бизнесу возможности снимать риски, используя программы господдержки – станьте надёжным помощником и консультантом
- Соблюдайте дедлайны
- Анализируйте тренды, чтобы на переговорах не выглядеть нелепо
- Повышайте компетенции ключевых сотрудников