



IF4TM

D5.6.1 Metodologija za kampanju otvorenih inovacija

Project Acronym:	IF4TM
Project full title:	Institutional framework for development of the third mission of universities in Serbia
Project No:	561655-EPP-1-2015-1-RS-EPPKA2-CBHE-SP
Funding Scheme:	ERASMUS+
Coordinator:	UKG – University of Kragujevac
Project start date:	October 15, 2015
Project duration:	36 months

Abstract	Development of methodology for Open Innovation campaign which will be organized at Serbian Higher Education Institutions, partners in the IF4TM consortium.
----------	---



DOCUMENT CONTROL SHEET

Title of Document:	D5.6.1 Development of methodology for Open Innovation campaign
Work Package:	WP5 - Social engagement dimension
Last version date:	01/12/2017
Status:	Final
Document Version:	v11
File Name	D5.6.1 Metodologija_Open Innovation v11.docx
Number of Pages	23
Dissemination Level	Internal

VERSIONING AND CONTRIBUTION HISTORY

Version	Date	Revision Description	Partner responsible
v.01	08/07/2017	First draft version of the Methodology	UNS (Goran Stojanović)
v.02	12/07/2017	Comments on first version	UNS (Milan Radovanović, Vesna Rašković Depalov, Sanja Kojić, Milica Pojić)
v.03	16/07/2017	Revised version of the Methodology	UNS (Goran Stojanović)
v.04	18/08/2017	Comments and inputs	UKG (Jelena Jevtovic, Zarko Gavrilovic)
v.05	20/08/2017	Additional comments and inputs	UKG (Vesna Mandic)
v.06	28/08/2017	Additional comments and inputs	UKG (Jelena Jevtovic, Zarko Gavrilovic)
v.07	08/09/2017	Incorporating comments	UNS (Goran Stojanović)
v.08	11/09/2017	Comments and suggestions	BITF (Natasia Cirovic)
v.09	17/10/2017	Final version	UKG (Zarko Gavrilovic)
v.10	30/10/2017	Corrections	UBG (Jelena Filipovic)
v.11	01.12.2017.	Final version	UKG (Zarko Gavrilovic)



TABLE OF CONTENT

DOCUMENT CONTROL SHEET.....	2
VERSIONING AND CONTRIBUTION HISTORY	2
TABLE OF CONTENT	3
TABELE	3
SLIKE	3
1. Uvod	4
2. Koncept otvorenih inovacija.....	5
3. Kome je namenjena ova kampanja	7
4. Tok organizacije kampanje otvorenih inovacija	8
4.1 Uslovi i pravila učešća	8
4.2 Poziv i prijavljivanje za kampanju otvorenih inovacija	9
4.3 Objavljivanje poziva za studente i istraživače.....	10
4.4 Proces prijave.....	11
4.5 Razrada i prijavljivanje finalne verzije Predloga rešenja	12
4.6 Ocenjivanje rešenja	13
4.7 Zaštita intelektualne svojine	13
5. Promotivne aktivnosti	15
6. Monitoring i izveštavanje	16
7. Dinamika narednih aktivnosti.....	17
8. Kontakt podaci organizacionih timova.....	18
9. Prilog 1 – Model pozivnog pisma	19
10. Prilog 2 – template za NDA.....	20

TABELE

Tabela 1. Promovisanje poziva i privlačenje kompanija da se prijave po okruzima	8
Tabela 2. Praćenje kvaliteta i uticajnosti kampanje otvorenih inovacija.....	16
Tabela 3. Dinamika narednih aktivnosti u sprovođenju kampanje otvorenih inovacija	17
Tabela 4. Kontakt osobe i kontakt podaci članova organizacionih timova za sprovođenje kampanje otvorenih inovacija	18

SLIKE

Slika 1. Model prijavnog formulara za kompanije	10
Slika 2. Prijavni formular za učešće u kampanji Otvorenih inovacija za predlagače rešenja	11
Slika 3. Obrazac za dodavanje predloga rešenja	12



1. Uvod

ERASMUS+ projekat "*Institutional framework for development of the third mission of universities in Serbia*" (IF4TM) ima za cilj da doprinese razvoju treće misije (pored edukacije i istraživanja) na visokoškolskim institucijama (uključenim u konzorcijum ovog projekta) u Republici Srbiji. U okviru radnog paketa 5, WP5 „*Social engagement dimension*“, odnosno aktivnosti 5.6 „*Open-innovation campaigns on INNO platforms in collaboration with enterprises*“ planirana je realizacija kampanje otvorenih inovacija na INNO platformi u saradnji sa preduzećima. Jedan od prvih koraka ka realizaciji ove ideje i implementaciji ove aktivnosti je definisanje/razvoj metodologije za kampanju otvorenih inovacija i fokus ovog dokumenta je upravo usmeren ka tom zadatku.



2. Koncept otvorenih inovacija

Otvorene inovacije predstavljaju koncept koji podrazumeva da kompanije mogu unaprediti konkurentnost na tržištu i smanjiti troškove istraživanja i razvoja otvaranjem svojih poslovnih modela ka spoljašnjem svetu, odnosno efektivnim inkorporiranjem eksternog znanja¹, u svim fazama proizvodnje od razvoja proizvoda do njegovog pozicioniranja na tržištu. Ovaj koncept podrazumeva izmenjen odnos između kompanija i njihovog okruženja posebno naučno-istraživačkih institucija, s naglaskom na povezivanje i saradnju. Ovo značajno utiče na promenu poznatih elemenata inovacionog procesa, kao što su prava intelektualne svojine, tržišta kapitala, saradnja između univerziteta i kompanija i sl. Otvorene inovacije predstavljaju paradigmu koja podrazumeva da kompanije mogu i treba da koriste i eksterno znanje (materijalne i nematerijalne resurse) i ideje slično kao i interne, kako bi unapredile svoju tehnologiju, poslovanje, ponudu, itd.

Osnovni faktori koji su uslovlili promene u tretiranju inovacija su: (1) znanje je postalo široko dostupno; (2) kompanije mogu biti aktivni kupci i prodavci intelektualne svojine; (3) prisustvo virtuelnih kompanija je uslovlilo i promenu čitavog inovacionog ciklusa; (4) moć savremenih tehnologija komunikacije oslobađa talenat i potencijal koji postoji u velikoj grupi ljudi; (5) smanjeno je vreme plasmana inovacije na tržište.

U procesu otvorenih inovacija, izazovi mogu biti inicirani kako iz unutrašnjih, tako i iz spoljašnjih izvora. U tom kontekstu važno je razvijati saradnju sa eksternim izvorima znanja i subjektima koji mogu ponuditi efikasna i adekvatna rešenja izazova koji se postavljaju pred kompanije u svakodnevnom poslovanju. Menadžment kompanija mora biti vođen rešavanjem konkretnih izazova/problema ka poboljšanju poslovanja, a to se može postići dobrim integrisanjem i kombinovanjem resursa kompanije i resursa u naučno-istraživačkoj zajednici (kako ljudskih, tako i infrastrukturnih). Uz primenu koncepta otvorenih inovacija kompanije mogu jačati vlastite istraživačko-razvojne kapacitete, integrisanjem novih znanja, proširivanjem portfolija proizvoda inovativnim rešenjima, te uspešnijeg odgovora izazovima konkurencije.

Proizvodi otvorenih inovacija, svuda oko nas, nametnuli su i drugačija načela poslovnih strategija kompanija. Neki od ovih proizvoda su: socijalna mreža veb sajtova Maj Spejs (My Space), višejezična onlajn (online) enciklopedija – Vikipedija (Wikipedia), softveri otvorenog koda kao što je Linuks (Linux) operativni sistem. Oni su stvorili vrednost za čitavu liniju javnih dobara, tako da svi ljudi mogu da ih koriste i da niko nije isključen iz njihove upotrebe.

Neki od najpoznatijih kompanija koje su zahvaljujući konceptu otvorenih inovacija nastavile svoje uspešno poslovanje i rast su:

- ❖ P&G (Procter&Gamble) je pionir na polju otvorenih inovacija. Kompanija objavljuje određene tehničke izazove na internetu, i na taj način dobija brza i relevantna rešenja. Anonimni pojedinci su pozvani da doprinesu rešenju tehničkih problema putem različitih takmičenja, koja se organizuju po potrebi i na individualnoj osnovi. Danas, P&G poseduje brend vredan 23 milijarde dolara i investira više od 2,2 milijarde dolara u inovacije svake godine.

¹ V. Getejanc, Lj. Stanojević, "Otvorene inovacije, inovacione zajednice i inovacione aktivnosti organizacija", *Megatrend Review*, vol. 13, no. 3, pp. 203-206, 2016, UDK 005.342:334.7 005.334:004.



- ❖ Proizvođač garderobe H&M i izdavač kompjuterskih igrica Elektronik Arts (Electronic Arts) su zajednički organizovali takmičenje, tako što su pomoću integrisanog alata u kompjuterskoj igri Sims 2, korisnici bili u mogućnosti da dizajniraju virtuelnu odeću za Sims-ove likove i da pošalju svoj dizajn putem interneta.
- ❖ Danski proizvođač igračkaka LEGO, takođe, poseduje integrisani alat u procesu kontinuiranog razvoja novih proizvoda. Pomoću softvera LEGO Digital Dizajner (LEGO Digital Designer), kupci mogu da dizajniraju svoje kreacije i pošalju onlajn zajednici LEGO fabrike. Kupci-autori se nagrađuju sa po 1% od neto prodajne cene LEGO seta za koji su dali ideju tih LEGO setova.
- ❖ NineSigma je jedna od vodećih svetskih kompanija u sprovođenju koncepta otvorenih inovacija kroz različite industrijske grane i tehničke discipline (sa preko 1500 uspešno realizovanih projekata), postavlja otvorene izazove od strane kompanija i poziva na apliciranje sa adekvatnim rešenjima uz novčanu nagradu. NineSights™ je prva socijalna mreža inovacija u svetu, koja spaja inovatore svih veličina, da bi svojim resursima i odnosima pokrenuli rast.
- ❖ Kompanija kao što je Rols-Rojs (Rolls-Royce) ima razvijenu saradnju sa više od 25 univerziteta širom sveta, dok recimo farmaceutski gigant Novartis ima razvijenu mrežu saradnje i sa univerzitetima i sa start-up kompanijama koji razvijaju blizu 50% novih molekula za njihove lekove.
- ❖ Pre par godina Pepsico je u Srbiji imao kampanju za izbor novog ukusa za čips Chipsy u kojoj su učestvovali i potrošači.



3. Kome je namenjena ova kampanja

Kampanja otvorenih inovacija je pre svega namenjena kompanijama (nezavisno od veličine i tipa delatnosti) koje posluju u Republici Srbiji, a koje su spremne da deo problema i izazova otvore i ponude na rešavanje inovativnim pristupom, pre svega predstavnicima naučno-istraživačke zajednice, odnosno predstavnicima visokoškolskih ustanova (uključujući njihove istraživače i studente). Kampanja otvorenih inovacija ima za cilj da kompanije, koje bi postavljale svoje izazove (tehničke, tržišne, strateške, taktičke i sl.) i tražile inovativna rešenja, dobiju:

- Identifikovanje spoljašnjih resursa i znanja korisnih za razvojne i inovativne aktivnosti kompanije, i njihov odabir;
- održivo povezivanje sa eksternim pružaocima usluga i ideja kao spoljašnjim resursima za deo nedostajućeg dela znanja koje nije razvijeno unutar kompanije;
- integrisanje internog i spoljašnjeg znanja i resursa u novi sistem i arhitekturu razvojnih i inovativnih procesa;
- uvećanje prihoda i dobiti od prodaje rezultata istraživanja drugim kompanijama/kupcima.

Pored kompanija, kampanja otvorenih inovacija je namenjena i članovima akademskog sektora u Srbiji, a najvećoj meri istraživačima i studentima sedam visokoškolskih institucija u Srbiji koje učestvuju u IF4TM konzorcijumu. Sam koncept saradnje sa privatnim sektorom u cilju rešavanja tehničkih, tehnoloških, organizacionih i drugih problema, pomera tradicionalno istraživanje u pravcu praktične primene, podstičući istovremeno inovativnost i kreativnost istraživača i studenata. Kao takve, kampanje otvorenih inovacija su efikasan mehanizam pokretanja inovativnog stvaralaštva i društvene angažovanosti akademskog sektora.

Veoma je bitno, na samom početku pre objavljivanja poziva za kampanju otvorenih inovacija, jasno istaći i promovisati razloge zbog kojih učešće u ovakvoj vrsti aktivnosti može biti korisno za studente i istraživače:

- nagrade koje će firme dodeliti uspešnim rešenjima, tj. njegovim predlagačima
- otvaranje novih šansi za zaposlenje za uspešne učesnike kampanje
- uspostavljanje kontakta sa firmama koje se bave oblašću od interesa za učesnike u cilju dalje saradnje (zaposlenje, praksa, stipendije, volontiranje, saradnja na zajedničkim istraživačkim projektima, komercijalizacija istraživačkih rezultata, i slično)
- testiranje teoretskog znanja stečenog obrazovanjem na praktičnim primerima u realnom okruženju i za potrebe rešavanja realnih problema
- kreiranje novog načina razmišljanja u cilju podizanja kompetencija i veština za povećanje zaposlivosti studenata i istraživača

Uzimajući u obzir sve do sada navedeno, kroz ovu kampanju bi se razvila saradnja između kompanija (industrijskog sektora), istraživačkih i visokoškolskih institucija (naučnog i akademskog sektora), odnosno njihovo okupljanje i integrisanje raspoložive ekspertize u cilju rešavanja izazova i problema šire društvene zajednice. Na ovaj način se širi i konkretno realizuje veća društvena uključenost univerziteta i proaktivno delovanje na grad pa i region u kome je sedište te visokoškolske organizacije.



U kampanji otvorenih inovacija posebno važnu ulogu u promovisanju kampanje i u ostalim koracima imaće Kreativni centri koji su formirani u okviru IF4TM projekta na 6 visokoškolskih institucija u Srbiji.

4. Tok organizacije kampanje otvorenih inovacija

4.1 Uslovi i pravila učešća

Preduzeća i kompanije

Kao nosioci kampanje otvorenih inovacija, pravo učešća imaju sva preduzeća i kompanije koje posluju u Republici Srbiji.

Da bi se postigla ravnomerna geografska zastupljenost kompanija koje će biti uključene u ovu kampanju, svaka od visokoškolskih organizacija će biti direktno usmerena da pregovara i zainteresuje minimalno 2 kompanije da se uključe u prvi poziv za kampanju otvorenih inovacija (ili da se na nivou konzorcijuma obezbedi učešće minimalno 10 kompanija), kako je to prikazano u Tabeli 1.

Tabela 1. Promovisanje poziva i privlačenje kompanija da se prijave po okruzima

Red. br.	Visokoškolska institucija	Region/Okrug koji će biti pokriven	Minimalni broj uključenih kompanija
1.	Univerzitet u Kragujevcu (UKG)	Šumadijski	2
2.	Univerzitet u Beogradu (UBG) + Univerzitet Metropolitan (BMU)	Beograd	2
3.	Univerzitet u Novom Sadu (UNS) + Visoka tehnička škola strukovnih studija u Zrenjaninu (TCAS)	Vojvodina	2
4.	Univerzitet u Nišu (UNI)	Nišavski	2
5.	Državni univerzitet u Novom Pazaru (SUNP)	Raški	2
UKUPNO:			10

Istraživači i studenti

Na kampanje otvorenih inovacija mogu se prijaviti istraživači i studenti svih nivoa studija sa sedam visokoškolskih ustanova koje učestvuju u IF4TM konzorcijumu, i svih institucija članica u njihovom sastavu (fakulteti, departmani, itd.):

- Univerzitet u Kragujevcu
- Univerzitet u Beogradu
- Univerzitet u Novom Sadu
- Univerzitet u Nišu
- Državni univerzitet u Novom Pazaru
- Univerzitet Metropolitan
- Visoka tehnička škola strukovnih studija u Zrenjaninu



Prijave za učešće u kampanji, istraživači i studenti mogu podneti u timu (od 2 do najviše 4 člana).

Istraživači i studenti mogu prijavljivati rešenja za više izazova.

Istraživači i studenti mogu prijavljivati više rešenja za isti izazov.

4.2 Poziv i prijavljivanje za kampanju otvorenih inovacija

Pozivanje kompanija

Univerzitetima se preporučuje da kontaktiraju direktno preduzeća sa kojima su sarađivali u prethodnom periodu i obaveste ih o pokretanju kampanje otvorenih inovacija. U razgovoru sa predstavnicima kompanije, potrebno je ukratko predstaviti sam koncept kampanje koji se sprovodi na univerzitetu, koja je njihova uloga i koje su koristi učešća u ovoj inicijativi. Prilikom prvog obraćanja nekoj od kompanija, organizatori kampanje mogu iskoristiti model pozivnog pisma koji je dat u Aneksu 1.

Kompanijama koje budu zainteresovane, organizator kampanje će dostaviti Prijavni formular koji je potrebno popuniti osnovnim podacima firme i kontakt osobe kao i sa detaljnijim podacima o postavljenom izazovu.

Predlog prijavnog formulara je dat na slici 1.



Prijavni formular za postavljanje izazova za kampanju Otvorenih inovacija

Osnovni podaci o kompaniji

Naziv kompanije koja postavlja izazov:	Klikni ovde da upišeš tekst
Matični broj kompanije:	Klikni ovde da upišeš tekst
Ime i prezime kontakt osobe:	Klikni ovde da upišeš tekst
E-mail kontakt osobe:	Klikni ovde da upišeš tekst

Definisanje izazova

Naziv izazova:	Klikni ovde da upišeš tekst
Navesti elemente za inoviranje (izabati neku od ponuđenih opcija)	<input type="checkbox"/> Razvoj novog proizvoda <input type="checkbox"/> Unapređenje postojećeg proizvoda <input type="checkbox"/> Pakovanje proizvoda <input type="checkbox"/> Prezentacija proizvoda <input type="checkbox"/> Usluge <input type="checkbox"/> Marketinška strategija <input type="checkbox"/> Primenjena tehnologija <input type="checkbox"/> Drugo: Klikni ovde da upišeš tekst
Opis problema:	Klikni ovde da upišeš tekst
Specifični tehnički zahtevi koji treba da budu ispunjeni:	Klikni ovde da upišeš tekst
Krajnji rok za podnošenje predloga rešenja:	Klikni ovde da upišeš tekst
Nagrada za najbolje rešenje:	Klikni ovde da upišeš tekst
Mogućnosti dalje (dugoročne) saradnje:	<input type="checkbox"/> Zajednički ugovor <input type="checkbox"/> Zajednička ulaganja <input type="checkbox"/> Procenat od zarade <input type="checkbox"/> drugo: Klikni ovde da upišeš tekst



Slika 1. Model prijavnog formulara za kompanije

4.3 Objavljivanje poziva za studente i istraživače

Na osnovu popunjenog formulara, organizatori objavljuju poziv za studente i istraživače za prijavljivanje rešenja na zadati izazov. Poziv će biti objavljen na sajtu projekta, zvaničnim internet stranicama institucija organizatora i njihovih članica (fakulteta i instituta), na sajtovima kancelarija za poslovnu podršku, fejsbuk stranica itd.

Kako bi informacije o pokrenutoj kampanji bile dostupne što većem broju studenata i istraživača, organizatori mogu uputiti pozive imejlom koristeći postojeće baze kontakt podataka.



Poziv mora sadržati:

- Kratak opis izazova
- Naziv kompanije koja je postavila izazov
- Pravila učešća
- Prijavni formular
- Trajanje kampanje (sa kalendarom aktivnosti)
- Nagrade.

4.4 Proces prijave

Popunjavanjem Prijavnog formulara (slika 2) i slanjem na adresu organizatora, pojedinac ili tim se prijavljuje za učešće u kampanji.

**Prijavni formular za
Kampanju Otvorenih inovacija**

Naziv izazova

Unesite naziv izazova za koji se predlaže rešenje

Naziv rešenja

Unesite kratak naziv rešenja

Naziv tima

Unesite naziv tima (maksimalno tri reči)

Članovi tima

Nabrajajte članove svog tima i njihove podatke

	<i>Ime i prezime</i>	<i>Univerzitet/fakultet</i>	<i>Pozicija na instituciji (istraživač, student)</i>	<i>Email adresa</i>	<i>Broj telefona</i>
Vođa tima	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>
Član tima	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>
Član tima	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>
Član tima	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>	<input style="width: 90%;" type="text"/>

Slika 2. Prijavni formular za učešće u kampanji Otvorenih inovacija za predlagače rešenja

Nakon dobijanja prijavnog formulara, organizator će otvoriti korisničke naloge na Student INNO platformi za sve članove tima.

Po aktivaciji naloga, vođa tima će kreirati Predlog rešenja, koristeći obrazac na platformi.

Za te potrebe potrebno je preurediti obrazac za unos ideje da odgovara kampanji. Predlog je dat na slici 3 ispod.



The screenshot shows a web interface for submitting a solution. At the top, it says 'Dodaj novo rešenje'. The form is divided into several sections: 'Naziv rešenja' (Solution Name), 'Kratak opis (do 140 karaktera)' (Short description), 'Opisati ukratko rešenje za zadati izazov' (Describe the solution briefly for the given challenge) with a rich text editor, 'Pristup' (Access) with a dropdown menu, 'Izvodljivost rešenja' (Feasibility) with a dropdown menu, 'Vreme razvoja (potrebno vreme da se rešenje razvije i implementira)' (Development time) with a dropdown menu, and 'Institucija' (Institution) with a dropdown menu. At the bottom right, there are two buttons: 'Potvrdi' (Confirm) and 'Odustani' (Cancel). The footer of the page includes the Erasmus+ logo and text: 'Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union'.

Slika 3. Obrazac za dodavanje predloga rešenja

Vođa tima će potom formirati tim, uneti njegov naziv i dodati ostale članove.

Prijava na platformi se vrši do roka naznačenog u objavljenom Pozivu. Ukoliko je prijava tehnički ispravna, organizator (administrator platforme) aktivira Predlog rešenja.

4.5 Razrada i prijavljivanje finalne verzije Predloga rešenja

Za potrebe izrade detaljnog Predloga rešenja koje će biti ocenjivano od strane kompanije predlagača izazova, predlagačima rešenja će biti dostupan model dokumenta za detaljni predlog rešenja.

- Ovaj model dokumenta će biti vodič za detaljnu razradu rešenja i za predloženi izazov i sadržaće sledeće sekcije sa objašnjenjima za popunjavanje:
- Opšti podaci:
 - Naziv izazova
 - Naziv rešenja
 - Imena i prezimena predlagača rešenja
 - Institucija
- Opis rešenja
 - Tehnološki opis predloženog rešenja (maks. 3000 karaktera, fajl sa ilustracijama i graficima, tabelama može biti upload-ovan posebno u PDF formatu)
 - Performanse ponuđenog rešenja (maks. 2000 karaktera)
 - Budući pravci razvoja (maks. 2000 karaktera)
- Iskustvo i reference članova tima (*do 5 patenata, naučnih radova, primenjenih rešenja, i slično*)



Pored modela dokumenta, predlagačima ideja će biti dostupni i kriterijumi za ocenjivanje rešenja za svaki od izazova kako bi sam Predlog bio što kvalitetnije urađen.

Predlagači rešenja su dužni da u predviđenom roku (koji je definisan u Pozivu) u okviru svog tima postavte postavljeni model sa detaljnim predlogom rešenja u sekciji predlog rešenja.

Po isteku roka za predavanje predloga rešenja, organizator će sakupiti sve predloge i proslediti ih na ocenjivanje predstavniku kompanije, u roku od dva.

Svi Predlozi rešenja postavljeni na platformu posle roka, neće biti uzeti u obzir prilikom ocenjivanja.

4.6 Ocenjivanje rešenja

Za svaki izazov, kompanija će u saradnji sa timom organizatora definisati kriterijume za ocenjivanje. Na osnovu definisanih kriterijuma, organizatori će pripremiti excel tabelu koju će predstavnici kompanije koristiti prilikom ocenjivanja rešenja.

Organizatori u dogovoru sa kompanijama, organizuju javno predstavljanje ponuđenih rešenja, na način kojim se ne narušava pravo intelektualne svojine predlagača rešenja.

Svaka od kompanija će na osnovu internog dogovora odrediti osobe koje će učestvovati u procesu ocenjivanja. Ocenjivači su obavezni da dostave organizatoru kampanje tabele sa unetim ocenama, u roku od sedam dana od datuma prijema predloga rešenja, za potrebe kreiranja rang liste.

Finalna ocena za jedan predlog rešenja predstavlja zbir bodova za svaki od definisanih kriterijuma. Kompanija zadržava pravo da predloge rešenja, koji ne rešavaju zadati problem, izuzme od ocenjivanja.

Na osnovu broja bodova biće kreirana rang lista koju će organizator kampanje objaviti na sajtu projekta, institucije, kancelarije itd.

U slučaju da prvoplasirani predlozi rešenja imaju iste ocene, kompanija zadržava pravo da uz obrazloženje sama odluči koje rešenje će imati prednost.

4.7 Zaštita intelektualne svojine

Prilikom prvog prijavljivanja na platformu, svaki korisnik će morati da se složi sa načelnim uslovima o vlasništvu i čuvanju podataka sa platforme, tako što će prihvatiti Izjavu o poverljivosti podataka.

Samo ukoliko korisnik prihvati uslove definisane ovom Izjavom, omogućen mu je dalji pristup platformi. Tekst Izjave je dat u nastavku.



Dobrodošli na INNO platformu!

Svaki korisnik platforme je obavezan da poštuje uslove *Izjave o poverljivosti podataka*.

Izjava o poverljivosti podataka

Ovom izjavom potvrđujem da podatke koji su dostupni u okviru INNO Platforme i one koji će mi tokom kampanje Otvorenih inovacija biti dostupni neću iznositi, niti na bilo koji drugi način učiniti dostupnim trećim stranama, osim onim koje su direktno uključene u ovu kampanju, kao i da ću preduzeti sve mere da osiguram zaštitu tajnosti podataka koji su mi dostupni. Bilo koji oblik iskorišćavanja ili komercijalizacije predloženih rešenja (delimično ili u celosti) je strogo zabranjen, bez pismene saglasnosti svih predlagača rešenja o odricanju prava na intelektualno vlasništvo koje je predmet Rešenja.

Prihvatam/Ne prihvatam

Da bi se olakšao i unificirao postupak sklapanja ugovora između kompanija (postavljača izazova) i predstavnika univerziteta ali i šire društvene zajednice (ponuđača rešenja) u prilogu 1 je dat template *Non-disclosure agreement*-a (NDA), samo kao vodič, koji bi bio sklopljen između zainteresovanih strana. Međutim, ako na uključenim visokoškolskim institucijama ili u kompanijama već postoji standardizovan formular ovog dokumenta, prepušta se mogućnost njegovog korišćenja, kao i jezika na kome će biti sastavljan ovaj document.



5. Promotivne aktivnosti

Sve važne informacije o kampanji otvorenih inovacija biće postavljene na sajtu IF4TM projekta, na *Facebook* stranici kampanje koja će zapravo biti prilagođena, već funkcionalna *Facebook* stranica takmičenja za najbolju studentsku ideju, kao i na web sajtovima visokoškolskih ustanova na kojima će kampanja biti organizovana. Organizacioni timovi mogu odlučiti da sve važne informacije o kampanji postavljaju i na sajtovima Kreativnih centara i Kancelarija za poslovnu podršku (BSO), na onim institucijama na kojima postoje ovakvi entiteti.

Događaji koji u narednom periodu treba da budu organizovani u okviru IF4TM projekta, kao što su Info dani biće korišćeni za promovisanje kampanje Otvorenih inovacija. Takođe Noć istraživača koja krajem septembra 2017. treba da bude održana u par gradova u Srbiji biće odlična prilika za promovisanje otvorenih inovacija.

Treba iskoristiti ovu priliku da se u celokupan proces uključe i predstavnici šire javnosti (a koji su uglavnom posetioци na ovim manifestacijama), koji mogu takođe biti dobri predlagači rešenja za pojedine izazove.



6. Monitoring i izveštavanje

Funkcionalnost INNO platforme treba da omogući lokalnim administratorima jednostavno praćenje procesa prijave predloga rešenja za svaki izazov predložen u okviru kampanje.

Kontakt osobe svih visokoškolskih institucija uključenih u IF4TM projekat u saradnji sa lokalnim administratorima kampanje otvorenih inovacija imaće zadatak da na kraju godine odnosno po završetku kampanje dostave izveštaj o postavljenim izazovima, ponuđenim rešenjima i konkretnim rezultatima ostvarene saradnje između kompanija s jedne strane i predstavnika naučno-istraživačkih institucija s druge strane.

U Tabeli 2 je prikazan predlog indikatora odnosno kriterijuma preko kojih će biti praćen uspeh i uticaj kampanje otvorenih inovacija.

Tabela 2. Praćenje kvaliteta i uticajnosti kampanje otvorenih inovacija

Red. Merljivi indikatori uspeha br.	
Kratkoročni indikatori (u toku trajanja projekta)	
1.	Broj postavljenih izazova na INNO platformi
2.	Broj ponuđenih rešenja za izazove postavljene na platformi
3.	Broj zaposlenih studenata/istraživača u kompanijama koji su učestvovali u kampanji otvorenih inovacija
Dugoročni indikatori (koji omogućavaju održivost efekata projekta i nakon završetka)	
4.	Broj ugovora o saradnji sklopljenih između kompanija i predstavnika visokoškolskih ustanova zahvaljujući kampanji otvorenih inovacija
5.	Broj novih prototipova i demonstratora razvijenih zahvaljujući kampanji otvorenih inovacija
6.	Broj proizvoda i usluga plasiranih na tržište zahvaljujući kampanji otvorenih inovacija
7.	Broj novih predloga projekata napisanih u saradnji kompanija i visokoškolskih ustanova, zahvaljujući kampanji otvorenih inovacija
8.	Broj prijavljenih/prihvaćenih/primenjenih patenata kao posledica kampanje otvorenih inovacija



7. Dinamika narednih aktivnosti

U cilju uspešne organizacije i implementacije celokupnog koncepta otvorenih inovacija na visokoškolskim ustanovama članicama IF4TM konzorcijuma predloženi su sledeći koraci i dinamika njihovih izvršavanja kako je prikazano u Tabeli 3.

Tabela 3. Dinamika narednih aktivnosti u sprovođenju kampanje otvorenih inovacija

Red. br.	Aktivnosti	Periodi / Rokovi za izvršavanje
1.	Komentarisanje, dopuna, izmena predloga Metodologije za kampanju otvorenih inovacija	do 13/09/2017
2.	Konačna verzija Metodologije za kampanju otvorenih inovacija	13/09/2017 ÷ 20/10/2017
3.	Razgovori sa zainteresovanim preduzećima	02/10/2017 ÷ 25/10/2017
4.	Redizajn INNO platforme i njeno usklađivanje sa Metodologijom za kampanju otvorenih inovacija	22/09/2017 ÷ 16/10/2017
5.	Publikovanje poziva Kampanje otvorenih inovacija	01/11/2017
6.	Organizacija kampanje otvorenih inovacija	20/10/2017 ÷ 31/01/2018
7.	Dostavljanje izveštaja i statističkih podataka o kampanji otvorenih inovacija	do 28/02/2018



8. Kontakt podaci organizacionih timova

U Tabeli 4 su prikazani podaci o članovima organizacionih timova visokoškolskih ustanova na kojima će kampanja otvorenih inovacija biti sprovedena, kao i email adrese za kontakt sa postavljajcima izazova odnosno sa predlagačima rešenja.

Tabela 4. Kontakt osobe i kontakt podaci članova organizacionih timova za sprovođenje kampanje otvorenih inovacija

Red. br.	Institucija	Članovi organizacionog tima	Kontakt email/telefon
1.	Univerzitet u Kragujevcu	Prof. dr Vesna Mandić Jelena Jevtović Žarko Gavrilović	mandic@kg.ac.rs jelena.jevtovic@kg.ac.rs zarko.gavrilovic@kg.ac.rs
2.	Univerzitet u Beogradu	Dr Jelena Filipović Dr Sanja Mitić Jelena Cvetanović	cis@ekof.bg.ac.rs
3.	Univerzitet u Novom Sadu	Dr Goran Stojanović Dr Milan Radovanović Sanja Kojić	bson@uns.ac.rs 021/485-2553
4.	Univerzitet u Nišu	Dr Marko Milojković Dr Milan Banić Nebojša Jotović	marko.milojkovic@elfak.ni.ac.rs milan.banic@outlook.com nebojsa.jotovic@elfak.ni.ac.rs
5.	Državni Univerzitet u Novom Pazaru	Dr Edis Mekić	emekic@np.ac.rs inno-student@np.ac.rs
6.	Univerzitet Metropolitan	Katarina Cvetković	katarina.cvetkovic@metropolitan.ac.rs
7.	Visoka tehnička škola strukovnih studija u Zrenjaninu	Dr Milorad Rančić Dr Danijela Jašin Mr Olga Deretić	rancimil@ptt.rs danielajasin@gmail.com olga.deretic@gmail.com



9. Prilog 1 – Model pozivnog pisma

Poštovani,

u okviru ERASMUS+ projekta sa akronimom IF4TM i nazivom „Institutional framework for development of the third mission of universities in Serbia“ koji se implementira na 7 visokoškolskih institucija u Republici Srbiji, organizuje se Kampanja Otvorenih Inovacija.

Ako se u vašoj kompaniji susrećete sa izazovima ili problemima, bilo tehničke ili tržišne ili strateške ili taktičke prirode, a nemate dovoljno ljudskih ili infrastrukturnih resursa ili nemate dovoljno vremena, a želite da ih rešite na inovativan način, konzorcijum IF4TM projekta vam nudi rešenje.

Prijavite se na Kampanju Otvorenih inovacija i iskoristite kreativne resurse koje vam nude naši univerziteti, kako bi ste imali adekvatnu ponudu rešenja za vaše izazove i probleme. Na ovaj način mnoge svetski poznate i uspešne kompanije kao što su P&G (Procter&Gamble), H&M, LEGO, Rolls-Royce, itd. Već godinama uspešno razvijaju svoj biznis.

Da bi ste se prijavili na Kampanju otvorenih inovacija potrebno je da se prijavite popunjavanjem kratkog formulara koji se nalazi na sledećem linku <http://www.bsons.uns.ac.rs/> i pošaljete na email bsons@uns.ac.rs

Vaš IF4TM tim



10. Prilog 2 – template za NDA

NON-DISCLOSURE AGREEMENT

Through this Agreement, signed and sealed in _____, on the day _____, 2017, hereinafter called the Agreement, the Parties identified below:

1. _____, head-quartered in _____, Serbia, ID number: _____, tax number: _____, herein represented by _____ (hereinafter referred as to: „Party 1“)

and

2. _____, head-quartered in _____, _____, _____, herein represented by _____ (hereinafter referred to as “Party 2”)

hereinafter jointly referred to simply as **PARTIES**,

RECIPIENT and DISCLOSER shall mean the entities who receive and supply CONFIDENTIAL INFORMATION respectively and shall include their parent or subsidiary companies.

Whereas **PARTIES** are developing a framework of cooperation between **Party 2** and **Party 1** to develop mutually beneficial programs, projects and activities. Through the realization of mutual cooperation the **PARTIES** will be exchanging **CONFIDENTIAL INFORMATION**.

CONFIDENTIAL INFORMATION shall mean any information or documents exchanged between **Party 2** and **Party 1**, in written, oral or whatever form. **CONFIDENTIAL INFORMATION** may include but is not limited to ideas, concepts, business plans, inventions, discoveries, formulas, software, databases, processes, designs, specifications, drawings, prototypes, samples, improvements, developments, applications, engineering and manufacturing and marketing data, customer names, copyrights, trademarks, trade names and trade secrets, (whether or not the same are or may be patents, registered or otherwise publicly protected), any commercial, financial, technical or strategic information and any other information clearly marked as confidential.

The **PARTIES** sign this Non-Disclosure Agreement, which will be ruled by the following Clauses and conditions:

CLAUSE 1.

1.1. The Parties hereby expressly, irrevocably and irretrievably agree to maintain in the strictest secrecy the **CONFIDENTIAL INFORMATION** transferred to each other.



1.2. The Parties also agree not to disclose, reveal, reproduce or use or issue information on any of the CONFIDENTIAL INFORMATION to any third party.

1.3. In consideration of the release of CONFIDENTIAL INFORMATION by the Parties, Parties will exercise at least the same degree of care as it exercise with respect to its own CONFIDENTIAL INFORMATION of like importance which it does not want disclosed to or used by other.

1.4. The Parties will use the CONFIDENTIAL INFORMATION solely for the purposes stated by DISCLOSER and not use the CONFIDENTIAL INFORMATION in the design or manufacture of its products or the design of its processes, or in any other manner except for the benefit of the DISCLOSER and with the prior written consent of the DISCLOSER.

1.5. The Parties will make the CONFIDENTIAL INFORMATION available only to those employees of the RECIPIENT who have a need to know such information for the purposes stated in Clause 1.4 under the same conditions which apply to the RECIPIENT. RECIPIENT shall be responsible that its employees observe the provisions of this Agreement, including after termination of their employment with the RECIPIENT and shall be fully accountable and responsible for its employees actions which constitute a breach of obligations under this Agreement, whether such employee's actions are authorized or not.

CLAUSE 2.

2.1. The Parties do not consider information to be confidential that:

- is or may become of public knowledge through any means whatsoever other than through non-compliance with this Agreement, or as the result of unauthorized disclosure by RECIPIENT, its employees, agents or contractors.
- was already of public knowledge prior to the execution of this Agreement;
- was already known by the Party 1 prior to its disclosure by Party 2;
- was already known by the Party 2 prior to its disclosure by Party 1;
- DISCLOSER agrees in writing that Information can be disclosed by RECIPIENT to a third Party without restriction;
- is, may or must become of public knowledge, or when required under the law or through a judicial, legislative or administrative order.

CLAUSE 3.

3.1. The Parties may use the CONFIDENTIAL INFORMATION received solely for the purposes addressed herein, pursuant to the provisions and conditions established in this Agreement.

3.2. Nothing in this Agreement shall be construed as grant to either **Party 2** or **Party 1** any right or license under any patent, trademark or copyright of the other Party. Neither Party shall



reverse engineer, disassemble or decompile any prototypes, software or other tangible objects which embody the other Party's CONFIDENTIAL INFORMATION and which are provided to the Party hereunder.

CLAUSE 4.

4.1. The obligations contained in this Agreement shall continue for a period of five (5) years from receipt of the particular CONFIDENTIAL INFORMATION, regardless of the termination of this Agreement.

4.2. Any notice, demand, service of process or other communications required or permitted by this Agreement shall be in writing and shall be deemed given to the intended party when copies are delivered personally to the party, or three (3) calendar days after a copy has been sent by registered mail addressed to the party at the addresses set forth below provided that such copy has also been sent simultaneously by e-mail at the e-mail addresses set forth below:

Party 2:

Authorized Contact Person: _____

Title: _____

Telephone No: _____

Email: _____

Address: _____

AND

Party 1:

Authorized Contact Person: _____

Title: _____

Telephone No: _____

Email: _____

Address: _____

4.3. Either party may change its address as set forth above by a written notice to the other party given in the manner specified by this clause.

CLAUSE 5

5.1. If one Party (Party 2 or Party 1) discover or become aware, by any means, of any material or persistent breach of this Agreement by the other Party perpetrated in any manner



whatsoever by its management, agents or representatives, it may demand the immediate return of CONFIDENTIAL INFORMATION held thereby, also having the right to be indemnified for any direct damages, costs, losses or legal liabilities suffered and resulting from any fault of the Party who has breach the Agreement.

CLAUSE 6

6.1. Any forbearance or tolerance by the Parties in the course of this commitment will not constitute any notation or irrevocable precedent that may be invoked thereby.

6.2. Should any provision herein or its application to any extent be deemed unlawful or non-enforceable, the rest of this Agreement will not be affected by such reasons.

6.3. The assumptions set forth in the Whereas Paragraphs of this Agreement, constitute an integral and inseparable part hereof for all due purposes of law, necessarily underpinning and guiding, in court or elsewhere, any disagreements that may arise over the matters addressed herein.

6.4. This Agreement may be altered or modified only through a written document signed by both Parties.

CLAUSE 7

7.1. As from the signature thereof, the Parties elect use of Swiss Law and the Forum of Swiss Law as competent to settle any disputes arising here from, waiving any other no matter how much more privileged they may be.

In witness whereof, the Parties hereto caused this instrument to be executed in two copies of equal contents.

FOR Party 1:

FOR Party 2:
