

باسمه تعالی

مقدمه

این آیین‌نامه با هدف ارتقای کمیّت و کیفیت قراردادهای پژوهشی منعقدشده با صنعت و جامعه و افراد حقیقی و حقوقی متخصص و باسابقه که می‌توانند برای بازاریابی طرح‌های پژوهشی به معاونت پژوهشی و فناوری دانشگاه شهید بهشتی خدمات مشاوره‌ای تخصصی بازاریابی ارائه دهند تدوین شده است. این خدمات شامل بررسی توانمندی‌های پژوهشی اعضای هیئت علمی دانشگاه و بازاریابی متناسب با این توانمندی‌ها تا زمان انعقاد تفاهم‌نامه و یا قرارداد با سازمان یا شرکت است. پیگیری تفاهم‌نامه‌های موجود میان دانشگاه با سازمان‌ها و شرکت‌ها یا پیگیری پیشنهاد ارسال شده به سازمان‌ها و شرکت‌ها نیز جزو خدمات بازاریابی طرح‌های پژوهشی خواهد بود. روند پیگیری باید تا زمان انعقاد قرارداد مابین دانشگاه و سازمان‌ها و شرکت‌ها ادامه داشته باشد و مشاوره و پیگیری در خصوص مفاد قرارداد را نیز دربرگیرد.

ماده ۱. تعاریف

دانشگاه: دانشگاه شهید بهشتی

معاونت: معاونت پژوهشی و فناوری دانشگاه شهید بهشتی.

مشاور: فرد حقیقی یا حقوقی که در زمینه بازاریابی طرح‌های پژوهشی، خدمات مشاوره تخصصی ارائه می‌دهد.

قرارداد بازاریابی: قرارداد میان معاونت پژوهشی و فناوری دانشگاه شهید بهشتی و مشاور با موضوع دریافت خدمات بازاریابی طرح‌های پژوهشی.

قرارداد اصلی: قرارداد پژوهشی میان دانشگاه شهید بهشتی و سازمان/ شرکت‌هایی که به منظور ارائه خدمات بازاریابی با مشاور منعقد شده است.

مجری: عضو یا اعضای هیئت علمی که مسئولیت اجرای قرارداد اصلی را به نمایندگی دانشگاه شهید بهشتی برعهده خواهند داشت.

ماده ۲. شرح خدمات مشاور

- بررسی توانمندی‌های پژوهشی اعضای هیئت علمی دانشگاه و انجام بازاریابی متناسب با این توانمندی‌ها تا زمان انعقاد تفاهم‌نامه یا قرارداد با سازمان/ شرکت‌ها؛

- پیگیری تفاهم‌نامه‌های موجود میان دانشگاه با سازمان/ شرکت‌ها تا زمان انعقاد قرارداد بین دانشگاه و سازمان/ شرکت‌های مربوط؛
- پیگیری پیشنهادهای ارسال شده به سازمان/ شرکت‌ها تا زمان عقد قرارداد میان دانشگاه و سازمان/ شرکت‌های مربوط؛
- همکاری در تهیه انواع بروشور، کلیپ، موشن‌گرافی، وبسایت و سایر ابزارهای بازاریابی با هدف انتشار و اطلاع‌رسانی توانمندی‌های اعضای هیئت علمی دانشگاه؛
- هماهنگی برای برگزاری جلسات و بازدیدهای مدیران و افراد مرتبط در صنعت از دانشگاه و همچنین بازدید ارکان دانشگاهی از صنعت؛
- مشاوره برای تهیه پیشنهاد طرح‌های پژوهشی و خدمت مشاوره‌ای با هدف توسعه ارتباط با صنعت و کسب‌وکار؛
- انجام سایر امور پژوهشی، مشاوره‌ای، بازرگانی و اجرایی که در قالب توانمندی‌های حرفه‌ای مشاور قابل پیگیری است.

ماده ۳. حق الزحمه خدمات مشاور

مشاور به‌زای انعقاد قرارداد میان دانشگاه و سازمان/ شرکت‌ها از طریق انجام خدمات پیگیری تفاهم‌نامه‌های موجود میان دانشگاه با سازمان/ شرکت‌ها یا پیگیری پیشنهادهای ارسال شده حق‌الزحمه دریافت خواهد کرد. برای انجام خدمات مشخص، بین معاونت و مشاور، قرارداد بازاریابی منعقد می‌شود. این قرارداد براساس توافق‌نامه میان مشاور و مجری (یا مجریان) قرارداد اصلی تنظیم و منعقد می‌شود. مشاور هنگامی می‌تواند قرارداد بازاریابی را با معاونت منعقد کند که پیش از آن با مجری (یا مجریان) توافق‌نامه مربوط را امضا کرده باشد و آن را به معاونت تسلیم کند. در این تفاهم‌نامه، پرداخت حق‌الزحمه به مشاور به‌زای دریافت خدمات ایشان برعهده مجری (یا مجریان) قرارداد اصلی است. مبلغ و شیوه پرداخت حق‌الزحمه طبق مفاد بندهای ۲.۳ و ۵.۳ این آیین‌نامه خواهد بود.

۱.۳. مدت قرارداد بازاریابی از زمان ابلاغ تا تسویه حساب نهایی قرارداد اصلی خواهد بود. تمدید قرارداد بازاریابی منوط به نظر معاونت است.

۲.۳. مبلغ قرارداد بازاریابی براساس جدول زیر تعیین می‌شود. در محاسبه این مبلغ، ابتدا هزینه خرید تجهیزات از مبلغ کل قرارداد اصلی کسر می‌شود و سپس حق‌الزحمه مشاور به‌صورت خالص محاسبه می‌گردد.

مبلغ قرارداد بازاریابی از هزینه‌های غیرتجهیزاتی قرارداد اصلی (X) (به میلیون تومان)		سازمان / شرکت طرف قرارداد اصلی
٪۹	$0 < X < 100$	معرفی شده توسط دانشگاه
٪۷	$100 < X < 500$	
٪۶	$500 < X$	
٪۱۱	$0 < X < 100$	معرفی شده توسط مشاور
٪۹	$100 < X < 500$	
٪۸	$500 < X$	

۳.۳. پرداخت حق الزحمه مشاور منوط به انعقاد نهایی قرارداد اصلی و دریافت پرداخت اول یا مبلغ پیش‌پرداخت است. معاونت هیچ‌گونه تعهدی در قبال پرداخت‌ها به مشاور ندارد. مطابق با تفاهم‌نامه مابین مجری (یا مجریان) قرارداد اصلی و مشاور، مجری (یا مجریان) قرارداد اصلی متعهد به پرداخت حق الزحمه مشاور به ازای خدمات ایشان است و این تعهد باید در قرارداد داخلی منعقدشده میان معاونت و مجری (یا مجریان) قرارداد اصلی به‌صراحت ذکر شود.

۴.۳. کلیه کسورات قانونی در پرداخت حق الزحمه به عهده مشاور است.

۵.۳. حق الزحمه مشاور به صورت زیر پرداخت می‌شود:

۱. ۵۰ درصد مبلغ قرارداد بازاریابی، در صورت پرداخت مرحله اول یا پیش‌پرداخت قرارداد اصلی، به مشاور پرداخت می‌شود.

۲. ۲۵ درصد مبلغ قرارداد بازاریابی پس از پرداخت مرحله دوم قرارداد اصلی به مشاور پرداخت می‌شود.

۳. ۲۵ درصد مبلغ قرارداد بازاریابی پس از پرداخت مرحله سوم قرارداد اصلی به مشاور پرداخت می‌شود.

۴. صرف عقد قرارداد بازاریابی و قرارداد اصلی موجب پرداخت حق الزحمه نمی‌شود.

۶.۳. فسخ قرارداد بازاریابی با اعلام کتبی هر یک از طرفین و موافقت هر دو طرف انجام می‌شود. در صورت اثبات تقصیر یا قصور مشاور، کارفرما می‌تواند با اعلام کتبی به مشاور، قرارداد را یک‌طرفه فسخ کند.

۷.۳. مدیریت همکاری‌های پژوهشی و ارتباط با صنعت دانشگاه در حکم ناظر قرارداد بازاریابی می‌باشد و پرداخت‌ها به مشاور منوط به تأیید ناظر قرارداد است.

ماده ۴. تعهدات مشاور

- حفظ و محرمانه ماندن اطلاعات ارائه شده از سوی هر یک از واحدها و اعضای هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی در همه فرایندهای منتهی به انعقاد قرارداد اصلی و پس از آن؛
- پاسخگویی به مکاتبات دانشگاه در زمان مقرر و پیگیری امور در زمان تعیین شده؛
- عدم واگذاری موضوع قرارداد به غیر؛
- مشمول نبودن مجری در قانون منع مداخله کارکنان دولت در معاملات دولتی، مصوب سال ۱۳۳۷؛
- پرداخت خسارت‌های دانشگاه در صورت بروز خسارت ناشی از تقصیر یا قصور مشاور.

ماده ۵. تفسیر و نظارت

هرگونه تغییر، تفسیر و بازنگری در مفاد این آیین‌نامه صرفاً بر عهده هیئت رئیسه دانشگاه است.

ماده ۶. تصویب و اجرا

این آیین‌نامه مشتمل بر یک مقدمه و ۶ ماده در جلسه شماره بیست و هفت مورخ ۱۳۹۹/۰۸/۰۶ هیئت رئیسه و جلسه.....مورخ..... هیئت امنای دانشگاه به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب لازم الاجراست.