

Описание проекта по созданию «Центра развития проектов и услуг в сфере нейромеркетинга»

Обоснование актуальности для развития университета и/или университетской среды.

Современное образование предполагает создание инструментов и механизмов для участия студентов и ученых в реальных проектах, которые востребованы бизнесом и рынком. Такой подход с одной стороны формирует представление о прикладных возможностях науки и образования, а с другой стороны формирует правильный вектор для научных работ задаваемый конечным потребителем. Среда НИ Томского Государственного Университета наполнена идеями, материально-техническими ресурсами и самое главное человеческим капиталом. Основной задачей этого проекта является соединить все эти ресурсы и сформировать точку спроса и точку роста реальных технологий и услуг, а как следствие поток микропроектов в сфере нейромаркетинга на базе Университета. Данный подход отвечает всем требованиям современного образования и будет способствовать повышению конкурентоспособности среди университетов и выполнению целевых показателей в том числе и по привлечению внебюджетного финансирования. Проекты, сформированные совместно с бизнесом, могут стать новыми направлениями в исследованиях и сгенерировать технологии, программы или патенты.

Краткая характеристика предполагаемых изменений.

На данном этапе развития нейронауки существует ряд приемов и технологий, которые уже сейчас применяются в прикладных исследованиях, проектах и услугах. Они задействованы для создания рекламы, интерфейсов, образовательного контента, а также видеоигр и фильмов. Все эти рынки в высшей степени высоко

конкуренты, динамичны и открыты к внедрению современных подходов и методов, которые могли бы выделить их среди конкурентов. Главной задачей со стороны науки — это предложить подходящие инструменты и услуги для внедрения. Именно для этого предлагается создать на базе НИ ТГУ организацию, которая в долгосрочной перспективе будет способна генерировать новые проекты в этом направлении. Данную структуру предлагается зарегистрировать в виде некоммерческой организации, чтобы закрепить главную задачу проекта: саморазвитие. Такая структура зафиксирует необходимость направления всех полученных доходов на развитие проекта и его устойчивость. Главной статьей затрат будет являться ФОТ ключевых сотрудников и инвестирование в современное оборудование при достаточном уровне доходов организации. По такому принципу работают крупнейшие кластерные проекты в области микроэлектроники, биотехнологий и других направлениях.

Предполагаемые результаты реализации с показателями их достижения.

Стратегией развития центра будет движение от простейших услуг, проектов и технологий известных и активно применяемых сейчас до создания собственных и инновационных. Ключевыми показателями на первом этапе будет являться количество заказов, полученных центром, а также количество вовлеченных студентов и сотрудников в работу. Примером услуг, которые сможет оказывать Центр в самом начале своей работы является анализ и рекомендации по улучшению рекламного аудио, видео и печатного контента, анализ эффективности интерфейсов, управления и обучения программами. Оценка качества предоставления материалов в сети интернет (вебсайты, реклама) и другое. На втором этапе, при устойчивом развитии проекта, основным критерием должны стать статьи, технологии и проекты, созданные на базе центра.

Предполагаемые временные рамки реализации.

Этапы:

- А. Подготовительный этап. Формирование предложений для рынка, создание внутренней структуры работы и команды центра – 3 месяца
- Б. Запуск проекта, поиск заказов и формирование контактов. Привлечение первых студентов для выполнения пилотных проектов – 3-6 месяцев
- В. Выполнение первых работ и выход на самоокупаемость Центра. Системная работа по привлечению студентов в проекты Центра – 6-12 месяцев
- Г. Накопление знаний и создание долгосрочной устойчивой стратегии развития Центра с учетом реального опыта работы внутри индустрии. Запуск первых внутренних проектов, публикации первых статей - 12-24 месяцев
- Д. Продвижение проекта как центра компетенций и технологий. – со 2го года и далее.

Предполагаемые заинтересованные стороны.

Главным бенефициаром данного проекта должен стать Университет, в рамках которого будет создаваться данный Центр. Итогом работы Центра должно стать повышение качества образования для студентов и создания площадки для реализации прикладных междисциплинарных проектов. Внешними заинтересованными сторонами являются заказчики: рекламные компании, разработчики фильмов, графики, игр и программ, которым будут оказываться услуги на коммерческой основе. С рядом томских потенциальных потребителей проведены переговоры, в рамках которых представители бизнеса высказали предварительную заинтересованность в потенциальных услугах Центра.

Партнеры в реализации

Ключевым партнером проекта является Международный центр исследований развития человека способный предоставить доступ к оборудованию, которое необходимо для запуска проекта: айтрекинг, электроэнцефалограф и другие. Также сотрудники и студенты международного центра являются ключевыми лицами для реализации проекта.

Вторым партнером, обладающим компетенциями в организации и работе наукоемких проектов, является консалтинговая компания «Про Экт», сотрудники которого имеют многолетний практический опыт работы в сфере создания инновационной среды города Томска.

Наличие ресурсов для реализации, описание требуемых ресурсов.

На первом этапе проекта вся необходимая материально-техническая база имеется в наличии в Международном центре исследований развития человека. Основной идеей проекта как раз и является использование существующих ресурсов внутри подразделений Университета для создания новой точки роста. Ключевой задачей станет создание команды и внутренних механизмов для выполнения целей проекта. На данном этапе команда сформирована на 2/3 и представляет из себя специалистов, обладающих навыками работы с требуемыми технологиями, создания наукоемких проектов, коммерциализации, запуска и управления коммерчески успешных проектов и специалистов в области нейронауки.

Для успешности проекта после его согласования будет необходимо найти специалистов и консультантов, имеющих реальный опыт работы в сфере ключевых заказчиков (реклама, производство контента и интерфейсов).

Предполагаемые статьи расходов.

Основной статьей для запуска проекта является ФОТ ключевых специалистов, которые будут организовывать и координировать работу внутри Центра, со студентами и с заказчиками. Нужно понимать, что первый год участники проекта согласны на получение условных и крайне небольших выплат за свою работу, что может измениться в случае успешного развития проекта. Данная политика согласована с командой и является дополнительным стимулирующим и мотивирующим драйвером.

Предполагаемая инвестиционная яма и срок до получения первой выручки составляет 6 месяцев.

Затраты по статьям первые 6 месяцев:

- затраты на регистрацию: 20 тр
- ФОТ: 210 тр
- создание сайта: 30 тр
- рекламный бюджет: 30 тр
- прочие мелкие расходы: 10тр

Информация об авторе проекта.

Валентин Касицкий, студент-магистр НИ ТГУ по направлению «Развитие человека: генетика, нейронаука и психология», в 2010 году окончил ЭФ ТГУ по специальности «Менеджмент организации», соучредитель консалтинговой компании «Про Экт», директор сети кофеен «Эндорфин».

Предыдущий опыт работы: Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами (2009 год), Томский наноцентр РОСНАНО «СИГМА.инновации» (2010-2012 год).

В студенчестве трехкратный победитель всероссийских соревнований социальных проектов в составе команды SIFE ТГУ (ныне Enactus).