

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 15.04.2024

Уникальный программный ключ:

0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabb73e943d14a48511da56d089

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Юго-Западный государственный университет»  
(ЮЗГУ)

Кафедра нанотехнологий, микроэлектроники, общей и прикладной физики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

О. Г. Локтионова  
« 25 » 10 2024 г.



## ОСНОВЫ ПОИСКА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ

Методические указания к выполнению практических работ  
для студентов направления подготовки  
18.03.01 «Химическая технология» и  
28.03.01 «Нанотехнологии и микросистемная техника»

Курск 2024 г.

УДК 001.89

Составители: Е. В. Шельдешова

Рецензент

Кандидат физико-математических наук, доцент *А.Е. Кузько*

**Основы поиска научно-технической информации и реализации проектов:** методические указания к выполнению практических работ для студентов направления подготовки 18.03.01 «Химическая технология» и 28.03.01 «Нанотехнологии и микросистемная техника» / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: Е. В. Шельдешова. - Курск, 2024. с.52.

Изложены основные требования к организации практической работы. Представлены правила и цель их выполнения, краткие теоретические сведения, задания.

Методические указания соответствуют требованиям Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования и учебного плана направления подготовки 18.03.01 «Химическая технология» и 28.03.01 Нанотехнологии и микросистемная техника, степень (квалификация) – бакалавр. Материал предназначен для студентов направления подготовки 18.03.01 «Химическая технология» и 28.03.01 «Нанотехнологии и микросистемная техника» всех форм обучения.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать *23.10.24* Формат 60 x 84 1/16.

Усл. печ. л. 3. Уч.-изд. л. 2,74. Тираж 50 экз. Заказ *1226* Бесплатно.

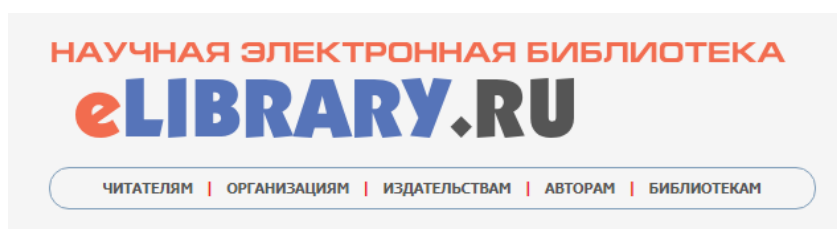
Юго-Западный государственный университет.

305040, Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

## Практическое задание №1

### Поиск литературы и регистрация (создание профиля) в системе eLibrary.ru

eLIBRARY.RU – крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций (рисунок 1), обладающая богатыми возможностями поиска и анализа научной информации. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ) - созданным по заказу Минобрнауки РФ бесплатным общедоступным инструментом измерения публикационной активности ученых и организаций. eLIBRARY.RU и РИНЦ разработаны и поддерживаются компанией "Научная электронная библиотека".



<https://elibrary.ru>

Рисунок 1 - Логотип и ссылка на eLIBRARY.RU

Важным достоинством этой библиотеки является то, что она позволяет не только читать научные файлы, но и скачивать их. Библиотека eLIBRARY.RU представляет собой удобную и качественную систему поиска нужной литературы.

#### ***Начальная страница сайта, знакомство с разделами библиотеки***

Начнем с главной страницы <https://elibrary.ru/> (рисунок 2), на которой представлена информация об основных разделах сайта.

Центральная часть страницы содержит ссылки на основные разделы библиотеки, вход в каждый из разделов осуществляется после нажатия на его название (например, Российский индекс научного цитирования) или белую стрелочку в оранжевом кружке, расположенную рядом с названием каждого раздела. Разделы формируются в зависимости от принадлежности пользователя к одной из пяти групп пользователей, которые можно выбрать вверху страницы, нажав на соответствующие названия групп: *Читателям, Организациям, Издательствам, Авторам, Библиотекам.*

Перечень разделов для группы пользователей Читатели включает в себя:

*Профиль читателя* - личный кабинет в библиотеке - работа с персональными подборками журналов, статей, история Ваших поисковых запросов, настройка извещений по электронной почте, внесение изменений в персональную карточку и т.д.

**НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА**  
**eLIBRARY.RU**

ЧИТАТЕЛЯМ | ОРГАНИЗАЦИЯМ | ИЗДАТЕЛЬСТВАМ | АВТОРАМ | БИБЛИОТЕКАМ

**ОСНОВНЫЕ ПРОЕКТЫ НА ПЛАТФОРМЕ eLIBRARY.RU**

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - это крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе. Подробнее...

**РОССИЙСКИЙ ИНДЕКС НАУЧНОГО ЦИТИРОВАНИЯ**  
Национальная библиографическая база данных научного цитирования, аккумулирующая более 12 миллионов публикаций российских ученых, а также информацию о цитировании этих публикаций из более 6000 российских журналов

**SCIENCE INDEX ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ**  
Информационно-аналитическая система Science Index для анализа публикационной активности и цитируемости научных организаций

**SCIENCE INDEX ДЛЯ АВТОРОВ**  
Инструменты и сервисы, предлагаемые для зарегистрированных авторов научных публикаций

**RUSSIAN SCIENCE CITATION INDEX**  
Совместный проект компаний Clarivate Analytics и Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - коллекция лучших российских журналов на платформе Web of Science

**ПОДПИСКА НА НАУЧНЫЕ ЖУРНАЛЫ**  
Доступ по подписке к полнотекстовой коллекции из более 1100 ведущих российских журналов на платформе eLIBRARY.RU

**ЖУРНАЛЫ ОТКРЫТОГО ДОСТУПА**  
Свободный доступ к полным текстам статей из более 3800 российских журналов на платформе eLIBRARY.RU

**КНИЖНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ**

**НОВОСТИ И ОБЪЯВЛЕНИЯ**

27.10 Опубликован пресс-релиз Рабочей группы по оценке качества и отбору журналов в Russian Science Citation Index (RSCI) на платформе Web of Science

14.10 В связи с переводом большинства сотрудников и студентов на режим удаленной работы и дистанционного обучения для организаций - подписчиков на информационные ресурсы на портале eLIBRARY.RU открыт доступ с домашних компьютеров

15.09 Началась подписка на 2021 год. Обратитесь в отдел продаж

15.07 Открыт прием инициативных заявок на включение журналов в RSCI

02.07 Запущен сервис по обслуживанию DOI на eLIBRARY.RU

Другие новости

**ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ**

Число наименований журналов:	70515
- из них российских журналов:	17637
- из них выходящих в настоящее время:	14733
Число журналов, индексируемых в РИНЦ:	5900
Число журналов с полными текстами:	12669
- из них в открытом доступе:	7027
- из них российских журналов:	7575
- из них российских журналов в открытом доступе:	6376
Общее число выпусков журналов:	2232406

**DOI**  
Сервис DOI на eLIBRARY.RU

Подписка научных организаций на информационно-аналитическую систему SCIENCE INDEX

Доступ к интерфейсу программирования приложений API РИНЦ

Подписка на 2021 год на российские научные журналы на платформе eLIBRARY.RU

Рисунок 2 - Начальная страница eLIBRARY.RU

*Подборки публикаций* - Подборки публикаций предоставляют Вам удобное средство для хранения найденных в библиотеке публикаций и их анализа по тематике, году, авторам, организациям или другим параметрам. На любой странице библиотеки, где выводятся библиографические записи, Вы можете выделить нужные публикации и добавить их в подборку. Таким подборок может быть несколько с разными названиями.

*Подборки журналов* - Вы можете отобрать интересующие Вас журналы в персональную подборку. Эта подборка может использоваться при поиске, получении информации о новых поступлениях и т.д. Таких подборок журналов может быть несколько - Вы можете дать каждой свое название.

*Поисковые запросы* - Вы можете сохранять Ваши поисковые запросы и в дальнейшем повторно использовать их. Кроме того, Вы имеете возможность вернуться к Вашим предыдущим запросам независимо от того, сохранили ли Вы их или нет, поскольку история Ваших последних 10 запросов сохраняется.

*Инструкция пользователя* - В руководстве приводятся базовые сведения о портале Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, его ресурсах, методах поиска и обработки информации. Рассмотрены основные

правила работы в электронной библиотеке, алгоритмы регистрации. Подробно с иллюстрациями расписаны разнообразные приемы поиска в библиографических и полнотекстовых базах данных, доступных на портале eLIBRARY.RU, возможности для уникальной идентификации пользователя через персональные настройки и сервисы по обработке найденных результатов в персональном профиле. Руководство рассчитано на начинающего пользователя информационно-поисковых систем, знакомящегося с азами документального поиска научной информации.

*Как заказать статью из журнала* - Информация о том, как заказать отдельные статьи из российских научных журналов, не включенных в подписку Вашей организации.

*Персональная карточка* - Персональная карточка предназначена для хранения Вашей персональной информации в библиотеке. Вы можете в любой момент скорректировать или дополнить информацию в персональной карточке, например, поменять пароль или адрес электронной почты.

*Личный кабинет* - В этом разделе собраны все инструменты и сервисы, доступные для Вас на платформе eLIBRARY.RU, в зависимости от Ваших прав по отношению к системе. Это позволяет Вам сформировать свое персональное рабочее пространство в eLIBRARY.RU так, чтобы вся необходимая информация была всегда под рукой.

Левая часть страницы содержит окно для проведения простого поиска, в которое вы можете ввести ключевые слова или слово и нажать на кнопку *Найти*. Под окном простого поиска находится ссылка, по которой можно перейти на *Расширенный поиск*, позволяющий провести отбор публикаций с использованием различных параметров.

В панели *Вход* автоматически определяется IP вашего компьютера и название организации, если она зарегистрирована для доступа к Научной электронной библиотеке. Два окна *Имя пользователя* и *Пароль* предназначены для введения регистрационных данных каждого отдельного пользователя данного сайта.

Ссылки в разделе *Навигатор* дают возможность быстрого перехода к основным разделам сайта.

Основная часть страницы представляет блок *Основных проектов* Научной электронной библиотеки, среди которых:

- *Российский индекс научного цитирования* - это единственная национальная информационно-аналитическая система, аккумулирующая более 12 миллионов публикаций российских авторов, а также информацию о цитировании этих публикаций из более 6000 российских журналов.

- В разделе - *Журналы открытого доступа* вы можете получить информацию о журналах, представленных на сайте библиотеки и открытых на уровне библиографических описаний, и аннотаций или в полнотекстовом объеме (более 3800 названий таких журналов) для любого пользователя Интернет, а также провести поиск по этим журналам.

- Раздел *Подписка на российские научные журналы* предоставит полную информацию о возможностях подписки на российские научные журналы (на момент написания руководства без малого 1000 наименований), размещенных на сайте Научной электронной библиотеки.

- Раздел *Конференции и семинары* познакомит вас с материалами конференций под общим названием Science Online, организатором которых выступает Научная электронная библиотека. Конференция «SCIENCE ONLINE: Электронные информационные ресурсы для науки и образования», проводится с 2003 года и является самым авторитетным в России специализированным мероприятием для профессионалов, работающих в области информационного обеспечения академических и прикладных исследований, образования, наукоемких отраслей бизнеса, анализа и статистики науки.

#### ***Правила пользования библиотекой***

**ВАЖНО:** Материалы, размещенные на сайте eLIBRARY.RU для свободного использования, допускается копировать, а также цитировать исключительно в некоммерческих целях с соблюдением соответствующих положений действующего законодательства (см. ст. 1274 Гражданского кодекса РФ) с обязательным указанием имени автора произведения и источника заимствования. На копиях документов и/или программ должен быть сохранен знак авторского права ©, который запрещается удалять.

Правила пользования информируют вас о возможности персонализации (индивидуальной регистрации каждого пользователя) на сайте, позволяющей создать свой профиль на сайте библиотеки, а также получить право доступа к дополнительным функциональным возможностям. Регистрация проводится один раз, при этом использовать персональные имя и пароль вы сможете с любого компьютера сети Интернет. При этом уровень доступа к полным текстам статей (кроме статей в журналах открытого доступа) будет зависеть от объема подписки вашей организации. Полные тексты статей в подписных журналах будут открываться после персонализации (ввода имени пользователя и пароля) только с компьютеров сети организации-подписчика. Если Вы еще не регистрировались на сайте, переходите к следующему разделу.

## Пользовательская регистрация на сайте eLIBRARY.RU

На сайте Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU предусмотрены два режима работы с электронными ресурсами.

1. Неавторизованный (ознакомительный). Для ознакомительного режима работы с сайтом библиотеки не нужно проходить пользовательскую регистрацию. В рамках неавторизованного режима доступ к лицензионным материалам библиотеки доступен на уровне библиографических записей и аннотаций. Если вы работаете в неавторизованном режиме, то для того чтобы войти в библиотеку, необходимо развернуть меню **Вход** на любой странице сайта.

2. Авторизованный. Такой режим работы с библиотекой дает доступ к просмотру полнотекстовой информации лицензионных материалов библиотеки. Для чтения полных текстов необходимо один раз заполнить регистрационную форму.

### Персональная карточка

Персональную регистрацию на сайте Научной электронной библиотеки можно произвести, воспользовавшись ссылкой *Регистрация* на начальной странице или из меню *Вход* (Рисунок 3). Обе ссылки приведут вас в раздел Персональная карточка, которую необходимо заполнить один раз.

**НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА**  
**eLIBRARY.RU**

ЧИТАТЕЛЯМ | ОРГАНИЗАЦИЯМ | ИЗДАТЕЛЬСТВАМ | АВТОРАМ | БИБЛИОТЕКАМ

**ОСНОВНЫЕ ПРОЕКТЫ НА ПЛАТФОРМЕ eLIBRARY.RU**

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - это крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, педагогики и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 26 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 3800 российских научно-технических журналов, из которых более 4900 журналов в открытом доступе. Подробнее...

- РОССИЙСКИЙ ИНДЕКС НАУЧНОГО ЦИТИРОВАНИЯ**  
Национальная библиографическая база данных научного цитирования, аккумулирующая более 12 миллионов публикаций российских ученых, в т.ч. информацию о цитировании этих публикаций из более 6000 российских журналов
- SCIENCE INDEX ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ**  
Информационно-аналитическая система Science Index для анализа публикационной активности и цитируемости научных организаций
- SCIENCE INDEX ДЛЯ АВТОРОВ**  
Инструменты и сервисы, предлагаемые для зарегистрированных авторов научных публикаций
- RUSSIAN SCIENCE CITATION INDEX**  
Совместный проект компаний Thomson Reuters и Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - коллекция лучших российских журналов на платформе Web of Science
- ПОДПИСКА НА НАУЧНЫЕ ЖУРНАЛЫ**  
Доступ по подписке к полнотекстовой коллекции из более 1100 ведущих российских журналов на платформе eLIBRARY.RU
- ЖУРНАЛЫ ОТКРЫТОГО ДОСТУПА**  
Свободный доступ к полным текстам статей из более 3800 российских журналов на платформе eLIBRARY.RU

**НОВОСТИ И ОБЪЯВЛЕНИЯ**

- 31.08 Открыта регистрация на конференцию SCIENCE ONLINE XXI
- 22.06 Опубликованы презентации семинара "Scientific Publishing: Where, Why, and How" от 25-26 мая 2017 г.
- 19.05 Завершение Совета по науке при Министерстве образования и науки РФ с фокусировкой "Последняя ВАК"
- 28.04 Исполнение журналов из РИНЦ, ретрансляция статей и открытые рецензии: вопросы и ответы

Другие новости

**ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ**

Число наименований журналов:	60692
Из них российских журналов:	15034
Из них выходящих в настоящее время:	12935
Число журналов, индексируемых в РИНЦ:	5659
Число журналов с полными текстами:	10528
Из них в открытом доступе:	5362
Из них российских журналов:	5704
Из них российских журналов в открытом доступе:	4883
Общее число выпусков журналов:	1691025
Общее число книг и статей в сборниках:	3605243
Из них с полными текстами:	793760

**QUALITY APPROVED CONTROL**  
Принимайте участие в экспертной оценке качества российских научных журналов

XXI Международная конференция SCIENCE ONLINE: электронные информационные ресурсы для науки и образования  
Австрия, 27 января - 3 февраля 2016 г.

Рисунок 3 - Главная страница библиотеки Elibrary.ru

Регистрация пользователя является необходимым условием для получения доступа к полным текстам публикаций, размещенных на

платформе eLIBRARY.RU. Кроме того, зарегистрированные пользователи получают возможность создавать персональные подборки журналов, статей, сохранять историю поисковых запросов и т.д.

При заполнении формы (рисунок 4), пожалуйста, внимательно вносите данные в соответствующие окна или выбирайте ответы из выпадающих меню (нажимая на стрелочку). Название организации, сотрудником, которой вы являетесь, необходимо выбрать из *Списка зарегистрированных организаций*, нажав на кнопку *Выбрать* справа от поля *Организация*.

Регистрация пользователя является необходимым условием для получения доступа к полным текстам публикаций, размещенных на платформе eLIBRARY.RU. Кроме того, зарегистрированные пользователи получают возможность создавать персональные подборки журналов, статей, сохранять историю поисковых запросов и т.д.

Фамилия:\*  Имя:\*  Отчество:\*

Пол:\*  Дата рождения:\*

Организация:\* ?

Подразделение организации:\* ?

Должность:\* ?

Город:\* ?  Страна:\*

Имя пользователя:\* ?  Пароль:\* ?

E-mail:\* ?  Дополнительный E-mail: ?

Если Вы являетесь автором научных публикаций, то Вы можете дополнительно зарегистрироваться в системе SCIENCE INDEX. Это позволит Вам корректировать информацию о Ваших научных публикациях в РИНЦ, отправлять рукописи в редакции научных журналов через систему "Электронная редакция", привлекаться к работе в качестве рецензента, эксперта, научного редактора или переводчика. Для регистрации и получения персонального идентификационного номера автора (SPIN-кода) необходимо заполнить дополнительные поля регистрационной анкеты. Вы можете также зарегистрироваться в системе SCIENCE INDEX позднее. Регистрация в системе SCIENCE INDEX не является обязательным условием для получения доступа к полным текстам в Научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU

- зарегистрировать меня как автора в системе **Science Index**\*

- нажимая на кнопку "Сохранить", я подтверждаю, что ознакомлен с [Правилами пользования](#) сайтом eLibrary.ru и [Политикой конфиденциальности](#), и даю согласие на обработку моих персональных данных.

Рисунок 4 - Страница регистрации библиотеки Elibrary

В появившемся после нажатия на ссылку окне можно осуществить поиск вашей организации (вносите название организации без ошибок) по

названию или выбрать в выпадающем меню ваш город и получить список всех организаций города, выбрав из него вашу организацию (если название вашей организации отсутствует в списке, внесите его полностью (без сокращений) вручную). Перенос названия вашей организации в соответствующее поле *Персональной карточки* осуществляется после нажатия на название.

**ВАЖНО:** Имя пользователя и пароль вам необходимо придумать самостоятельно. Пароль должен быть длиной не менее 6 символов, не должен состоять из одних цифр, а также не должен совпадать с именем пользователя. Пароль рекомендуется менять не реже одного раза в год

После того как форма будет заполнена не забудьте запомнить или записать свои имя и пароль, а затем нажать на ссылку оранжевого цвета *Сохранить*.

**ВАЖНО:** Обращаем Ваше внимание, что в случае, если регистрация не прошла, система проинформирует вас о коррективах, которые необходимо внести. В разделе *Ошибки*, который появится в верхней части страницы *Персональная карточка*, текст будет выделен красным.

Если Вы являетесь автором научных публикаций, то Вы можете дополнительно зарегистрироваться в системе SCIENCE INDEX. Это позволит Вам корректировать информацию о Ваших научных публикациях в РИНЦ, отправлять рукописи в редакции научных журналов через систему "Электронная редакция", привлекаться к работе в качестве рецензента, эксперта, научного редактора или переводчика. Для регистрации и получения персонального идентификационного номера автора (SPIN-кода) необходимо заполнить дополнительные поля регистрационной анкеты (рисунок 5). Так, например, обязательно нужно выбрать название организации из предоставленного списка и те журналы, в которых были опубликованы ваши работы, для того чтобы система смогла корректно идентифицировать ваши статьи. Окно «Предыдущая фамилия» необходимо для того, чтобы статьи, публиковавшиеся вами под другой фамилией, находились для вас в открытом доступе.

Вы можете также зарегистрироваться в системе SCIENCE INDEX позднее. Регистрация в системе SCIENCE INDEX не является обязательным условием для получения доступа к полным текстам в Научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU.

- зарегистрировать меня как автора в системе Science Index™

Разделы тематического рубрикатора: \* ?

Ключевые слова: \* ?

Высшее учебное заведение: \* ?

Подразделение ВУЗа (факультет, институт): \* ?

Год окончания ВУЗа: \* ?      Квалификация: \* ?

Специальность высшего образования: \* ?

Ученая степень: \* ?      Ученое звание:

Специальность ученой степени: ?

Журналы: ?

Организации: ?

Повыдущая фамилия (девичья): ?      Фамилия на английском языке: ?

Идентификационные коды автора: ?

Сохранить

Рисунок 5 - Страница регистрации библиотеки Elibrary.ru

Если регистрация прошла успешно, вы автоматически перейдете на начальную страницу сайта Научной электронной библиотеки и сможете продолжить работу. При этом в левой части страницы появится раздел Текущая сессия, в позиции Имя пользователя автоматически появится ваше имя пользователя.

**ВАЖНО:** После заполнения анкеты на ваш адрес электронный почты, указанный при регистрации, придет ссылка подтверждения пользователя. Необходимо перейти по этой ссылке для дальнейшей работы на сайте. Если вы не подтвердите свою регистрацию на сайте, то вам не будут доступны возможности сайта в части доступа к полным текстам. Если вы не получили ссылку, то вы можете обратиться в систему поддержки, чтобы сотрудники

службы поддержки могли отправить вам ссылку для подтверждения повторно.

Через десять дней после регистрации на указанную пользователем электронную почту должно прийти письмо о регистрации в Science Index, после чего станет возможным убирать из своего списка ошибочно приписанные публикации и включать новые (рисунок 6).

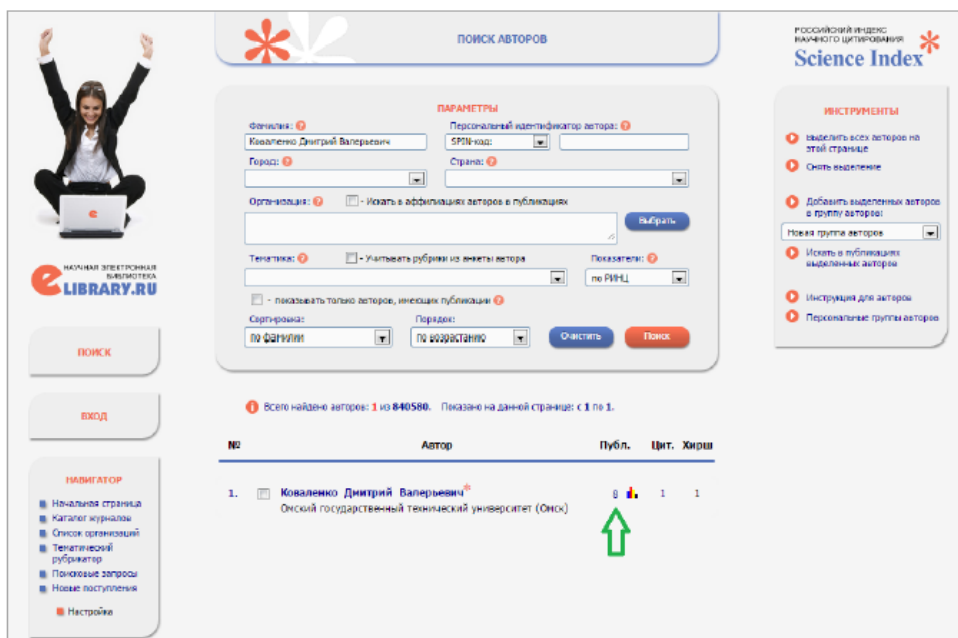


Рисунок 6 - Количество публикаций в поисковой системе Elibrary.ru

После регистрации появится возможность выполнять поиск непривязанных публикаций (рисунок 7), которые могут принадлежать автору, и еще много других полезных функций.

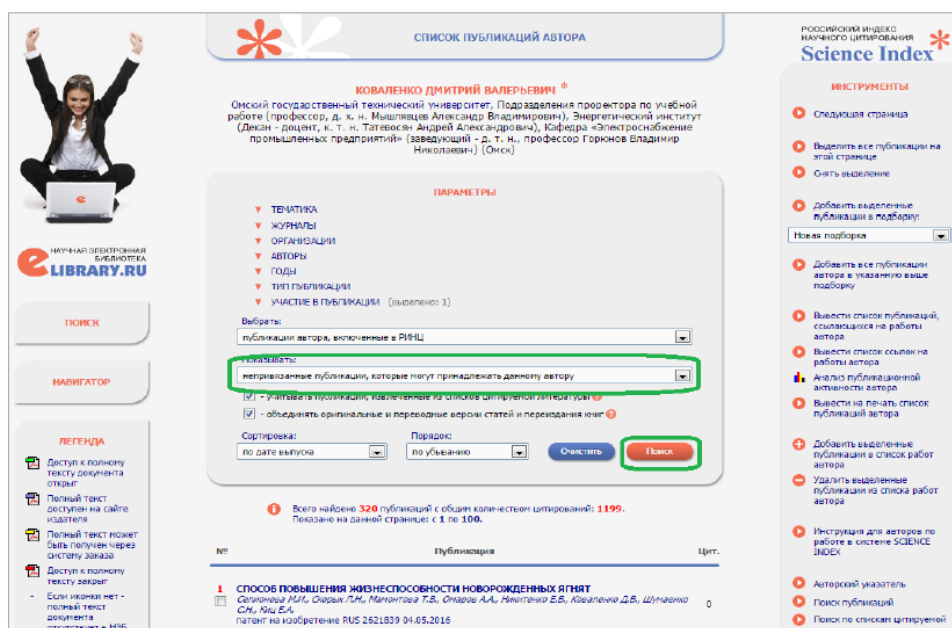


Рисунок 7 - Поиск непривязанных статей в системе Elibrary.ru

## Поиск публикаций на сайте eLIBRARY.RU

Перейдем к одному из самых важных разделов сайта и поговорим о проведении поиска необходимого источника или интересующей вас информации.

### 1. Простой поиск

Самый быстрый путь – ввести ключевое слово в окно простого Поиска, расположенное в левой части на каждой странице библиотеки. Ниже приводим пример такого поиска (рисунок 7), по ключевому слову «нано\*» (напомним, что знак \* означает, что мы хотим найти публикации, содержащие слова, начинающиеся с этих четырех букв, причем данный поиск позволит нам найти статьи, содержащие «нано\*» в названии, ключевых словах, аннотациях и полных текстах).

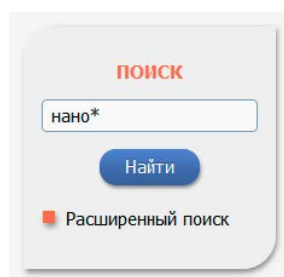


Рисунок 7 - Простой поиск

Однако «простой» или, как его иногда называют, «быстрый» поиск чаще всего дает очень большое количество результатов (рисунок 8), и может служить лишь основой для первоначального отбора.

№	Публикация	Цит.
1	<b>ОТ НАНО-НАУКИ К НАНО-БУДУЩЕМУ</b> Фиговский О.Л. Инженерный вестник Дона. 2010. № 3 (13). С. 1-12.	0
2	<b>НАНО-НАУКА И НАНО-ТЕХНОЛОГИИ: МЕЖДУ ПРОШЛЫМ И БУДУЩИМ</b> Головин Ю.И. Вестник Тамбовского университета. Серия: Естественные и технические науки. 2003. Т. 8. № 1. С. 139-140.	0
3	<b>ГРАФЕНОПОДОБНЫЕ НАНО-КАРБИДЫ И НАНО-НИТРИДЫ ПЕРЕХОДНЫХ МЕТАЛЛОВ</b> Ивановский А.Л., Еняшин А.Н. Успехи химии. 2013. Т. 82. № 8. С. 735-746.	1
4	<b>ТЕХНОЛОГИИ ПОЛУЧЕНИЯ ДЕШЕВЫХ ОСОБО-ПРОЧНЫХ ЩЕЛОЧНЫХ НАНО-ЦЕМЕНТОВ И НОВЫХ СТРОИТЕЛЬНЫХ НАНО-МАТЕРИАЛОВ НА ИХ ОСНОВЕ</b> Кулаков А.В., Ранцев-Каринов В.А. В книге: Вопросы контроля хозяйственной деятельности и финансового аудита, национальной безопасности, системного анализа и управления. Сборник тезисов докладов Всероссийской научно-практической конференции. 2015. С. 109-110.	0
5	<b>ОТРИМАННЯ НАНО- ТА МІКРОКРИСТАЛІВ НАПІВПРОВІДНИКІВ</b> Большакова Т.А., Кость Я.Я., Мақдо О.Ю., Шурігін Ф.М. Сложные системы и процессы. 2009. № 2. С. 10-15.	0
6	<b>КОРЕКЦІЯ МІКРОФЛОРИ ШЛУНКОВО-КИШКОВОГО ТРАКТУ КУРЧАТ-БРОЙЛЕРІВ НАНО-ТА УЛЬТРАДИСПЕРСНИМИ ЧАСТИНКАМИ СРІБЛА</b> Кучерук М.Д., Засєкін Д.А., Афтандіяєц Є.Г., Соломон В.В. Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции. 2008. Т. 16. № 3. С. 32-35.	0
7	<b>ПРОГРАММНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ФУНКЦИЙ БИОЛОГИЧЕСКОГО НАНО-ГЕНЕРАТОРА</b> Ключко Е.М., Шеремет Д.Ю. Электроника та системи управління. 2014. Т. 2. № 40. С. 103-110.	0

- Следующая страница
- Выделить все публикации на этой странице
- Снять выделение
- Добавить выделенные статьи в подборку:  
Новая подборка
- Добавить все страницы с результатами поиска в указанную выше подборку
- Вернуться к поисковой форме и изменить условия запроса
- Создать новый поисковый запрос
- Продолжить поиск среди найденных результатов
- Вывести список моих публикаций
- Вывести список публикаций, ссылающихся на мои работы
- Вывести список ссылок на мои публикации
- Анализ публикационной активности автора

Рисунок 8 - Результаты поиска

Для того чтобы сузить круг поиска, рекомендуется использовать ссылку *Продолжить поиск среди найденных результатов*, расположенную в правой части страницы или воспользоваться ссылкой *Расширенный поиск*.

## 2. Расширенный поиск

Перейти на страницу Расширенного поиска можно, нажав на ссылку с таким названием, представленную под окном простого поиска в левой части каждой страницы сайта или на ссылку Поиск в панели навигатора, расположенной в левой части каждой страницы сайта. Во всех вышеперечисленных случаях вы попадаете на страницу Поисковая форма – основную форму для проведения поиска на данном портале (Рис. 6.2.1). Разберем ее более детально.

The screenshot shows a search form titled "ПОИСКОВАЯ ФОРМА". The search query is "черные дыры". The form includes several filter sections:

- Где искать:**
  - в названии публикации
  - в аннотации
  - в ключевых словах
  - в названии организаций авторов
  - в списках цитируемой литературы
  - в полном тексте публикации
- Тип публикации:**
  - статьи в журналах
  - книги
  - материалы конференций
  - депонированные рукописи
  - диссертации
  - отчеты
  - патенты
- Тематика:** Астрономия
- Авторы:** (empty)
- Журналы:**
  - Астрономический вестник. Исследования Солнечной системы
  - Астрономический журнал
- Искать в подборке публикаций:** (empty)
- Параметры:**
  - искать с учетом морфологии
  - искать похожий текст
  - искать в публикациях, имеющих полный текст на eLibrary.Ru
  - искать в публикациях, доступных для Вас
  - искать в результатах предыдущего запроса
- Годы публикации:** 2000 - 2010
- Поступившие:** за все время
- Сортировка:** по числу цитирований
- Порядок:** по убыванию
- Buttons:** Очистить, Поиск

On the right side, there is a "Возможные действия" (Possible actions) menu with options like "Открыть сохраненный запрос", "Удалить сохраненный запрос", "Переименовать сохраненный запрос", and "Сохранить текущий запрос как". Below this is a table showing search results:

Параметры запроса	Рез-ты
нано*	61405
ультрафиолет	1977
ультрафиолет	9202
ультрафиолет	12382
ультрафиолет	15741
черные дыры	3079
черные дыры	37
черные дыры	37
черные дыры	37
черные дыры	3079

Рисунок 9 - Поисковая форма

В окно *Что искать* можете ввести ключевое слово или ключевые слова, объединив их операторами булевой алгебры (AND, OR, AND NOT, NEAR). Помощь в составлении поискового запроса окажет ссылка *Правила и примеры оформления поисковых запросов*, находящаяся в правой части страницы в меню возможные действия (рисунок 9).

В разделе *Где искать* можете указать, в каком конкретно месте (в названии, полном тексте, названии организации и т.д.) вы ищете данное ключевое слово.


Можете ограничить поиск по типу публикации или тематикой, выбрав один или несколько разделов из тематического рубрикатора, воспользовавшись сначала кнопкой *Добавить*, а затем двойным нажатием на нужную рубрику.

Провести более детальный поиск можно, ограничив его фамилией автора (или авторов), опубликовавших статьи на интересующую вас тему, а также журналом (или списком журналов), в которых они были опубликованы. Добавить в поисковую форму фамилию автора или название журнала можно, воспользовавшись клавишей *Добавить* в соответствующей позиции. Причем название журнала можно выбирать из алфавитного каталога, разделов тематического рубрикатора и из созданных вами подборок, если таковые имеются.

Дополнительные параметры помогут получить более конкретный результат, например, найти статьи по теме выполненного поиска, представленные на сайте Научной электронной библиотеки и доступные вам с полными текстами в рамках подписки вашей организации (нельзя забывать, что для этого вы должны работать с сайтом с компьютеров, находящихся в сети вашей организации).

Возможно внести ограничение поиска по годам (выбрав хронологический период) или отобразить публикации, поступившие на сайт библиотеки за последний месяц, последний год и т.д. Можно заранее определить сортировку результатов, которые получите по итогам проведенного поиска, выбрав из выпадающего меню подходящий вам вариант, а также порядок их расположения.

На рисунке 10 представлен пример поискового запроса публикаций по словосочетанию «черные дыры» (данное словосочетание мы ищем в названии журнальных статей, в их полных текстах), поиск проводится по журналам, относящимся к разделу Тематического рубрикатора «Астрономия» и ограничен двумя названиями журналов. Поиск проводится только по публикациям, имеющим полный текст на сайте Научной электронной библиотеки, нас интересуют статьи, опубликованные с 2000 по 2010 год. Список полученных результатов будет отсортирован в порядке убывания цитирований, сделанных на данные статьи.



**РЕЗУЛЬТАТЫ ПОИСКОВОГО ЗАПРОСА**

ВСЕГО НАЙДЕНО ПУБЛИКАЦИЙ: **96** из **35890902**

Возможные действия

- ▶ Выделить все публикации на этой странице
- ▶ Снять выделение
- ▶ Добавить выделенные статьи в подборку:

Новая подборка ▼

- ▶ Добавить все страницы с результатами поиска в указанную выше подборку
- ▶ Вернуться к поисковой форме и изменить условия запроса
- ▶ Создать новый поисковый запрос
- ▶ Продолжить поиск среди найденных результатов

№	Публикация	Цит.
1	<input type="checkbox"/> <b>ИНВЕРСНАЯ НАСЕЛЕННОСТЬ НА ПЕРЕХОДАХ В ДИАПАЗОНЕ ВАКУУМНОГО УЛЬТРАФИОЛЕТА В ПЛАЗМЕ КАПИЛЛЯРНОГО РАЗРЯДА С ИНДУКТИВНЫМ НАКОПИТЕЛЕМ ЭНЕРГИИ</b> Назаренко А. Сборник рефератов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Серия 16: 29. Физика. 30. Механика. 41. Астрономия. 89. Космические исследования. 2007. № 5. С. 90.	0
2	<input type="checkbox"/> <b>ИЗЛУЧЕНИЕ В ДИАПАЗОНЕ ВАКУУМНОГО УЛЬТРАФИОЛЕТА, ГЕНЕРИРОВАННОЕ 5,7 МЭВ ЭЛЕКТРОНАМИ В МНОГОСЛОЙНОМ РЕНТГЕНОВСКОМ ЗЕРКАЛЕ</b> Забаев В.Н., Каплин В.В., Углов С.Р. Известия высших учебных заведений. Физика. 2011. Т. 54. № 11-2. С. 273-278.	1
3	<input type="checkbox"/> <b>УСТАНОВКА НА ОСНОВЕ МИКРОТРОНА М-5 ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕНЕРАЦИИ ПАРАМЕТРИЧЕСКОГО ИЗЛУЧЕНИЯ В ОБЛАСТИ ВАКУУМНОГО УЛЬТРАФИОЛЕТА</b> Углов С.Р., Забаев В.Н., Каплин В.В., Румянцев А.В. Известия высших учебных заведений. Физика. 2012. Т. 55. № 11-2. С. 166-171.	0
4	<input type="checkbox"/> <b>ИССЛЕДОВАНИЕ ФОТООТВЕТА КРЕМНИЕВОГО МУЛЬТИПКСЕЛЬНОГО СЧЕТЧИКА ФОТОНОВ В ВАКУУМНОМ УЛЬТРАФИОЛЕТЕ</b> Забродский В.В., Аруев П.Н., Белик В.П., Бер Б.Я., Бобашев С.В., Петренко М.В., Соболев Н.А., Филимонов В.В., Шварц М.З. Письма в Журнал технической физики. 2014. Т. 40. № 8. С. 23-29.	1
5	<input type="checkbox"/> <b>НЕРАВНОВЕСНОЕ ИЗЛУЧЕНИЕ УДАРНОЙ ВОЛНЫ В ВОЗДУХЕ В ОБЛАСТИ ВАКУУМНОГО УЛЬТРАФИОЛЕТА</b> Горелов В.А., Киреев А.Ю. Письма в Журнал технической физики. 2012. Т. 38. № 24. С. 46-52.	5
6	<input type="checkbox"/> <b>ВЕРХНЯЯ АТМОСФЕРА ЭКЗОПЛАНЕТЫ С ПРЕОБЛАДАНИЕМ ВОДОРОДА: НАГРЕВ ЗВЕЗДНЫМ ИЗЛУЧЕНИЕМ В ДИАПАЗОНАХ МЯГКОГО РЕНТГЕНА И КРАЙНЕГО УЛЬТРАФИОЛЕТА</b> Ионов Д.Э., Шематович В.И. Астрономический вестник. Исследования Солнечной системы. 2015. Т. 49. № 5. С. 373.	1
7	<input type="checkbox"/> <b>НАУЧНЫЕ ЗАДАЧИ КОСМИЧЕСКОГО ПРОЕКТА "СПЕКТР-УФ" ("ВСЕМИРНАЯ КОСМИЧЕСКАЯ ОБСЕРВАТОРИЯ - УЛЬТРАФИОЛЕТ")</b> Боярчук А.А., Шустов Б.М., Саванов И.С., Сачков М.Е., Бискало Д.В., Машонкина Л.И., Вибе Д.Э., Шематович В.И., Щекнинов Ю.А., Рябчикова Т.А., Чугай Н.Н., Иванов П.Б., Воцинников Н.В., Гомез де Кастро А.И., Ланзин С.А., Пискунов Н., Айрес Т., Штрассмайер К.Г., Джефри С., Цвинтц С.К. и	5

Рисунок 10 - Результаты поискового запроса

В полученном списке результатов (рисунок 10) можете выделить заинтересовавшие вас статьи и сохранить их в подборку (данная функция будет доступна только после ввода имени и пароля), вернуться к поисковой форме и изменить условия запроса, продолжить поиск в найденных результатах или создать новый поисковый запрос. Все возможные действия описаны в правой части страницы.

Ваши поисковые запросы хранятся в истории на странице *Поисковые запросы*. Если вы часто просматриваете новые поступления в электронной библиотеке по специфическому запросу, то вам это просто необходимо, так как вам не придется один и тот же запрос составлять каждый раз.

### Задания:

1. Ознакомиться с разделами библиотеки eLIBRARY.RU
2. Зарегистрироваться на сайте eLIBRARY.RU
3. Провести поиск публикаций на сайте eLIBRARY.RU по любой интересующей тематике.

## Практическое задание №2

### Поиск иностранных статей с использованием различных поисковых систем: Google Scholar, база данных ScienceDirect

#### *Академия Google*

Академия *Google* (рисунок 1) предоставляет возможность находить научную литературу. Используя всего одну форму запроса, можно искать в достаточно большом кругу различных дисциплин и по разным источникам, включая прошедшие рецензирование статьи, диссертации, книги, рефераты и отчеты, опубликованные издательствами научной литературы, профессиональными ассоциациями, высшими учебными заведениями и другими научными организациями.

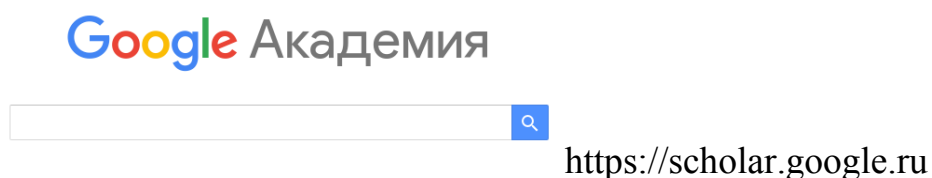


Рисунок 1 - Логотип Академии *Google* и ссылка

#### Основные виды поиска в Академии *Google*:

- поиск по различным источникам с одной удобной страницы;
- поиск статей, рефератов и библиографических ссылок;
- поиск полного текста документа в библиотеке или сети;
- поиск информации об основных работах в любой области исследований.

Создание собственного профиля. Создав собственный профиль в *Google Scholar*, можно воспользоваться дополнительными возможностями: сохранять результаты поиска; следить за цитированием интересующих работ; отслеживать отдельные работы или творчество отдельных авторов.

Для регистрации на ресурсе *Google Scholar* необходимо наличие активного аккаунта *Google*. Если нет аккаунта в системе *Google*, следует зайти в систему *Google* и зарегистрировать там собственный профиль. Если уже имеется *Google*-аккаунт, то можно сразу приступить к регистрации в *Google Scholar*. Для этого необходимо зайти на сайт [scholar.google.ru](https://scholar.google.ru) и нажать на кнопку «Войти» в верхнем правом углу (рисунок 2).

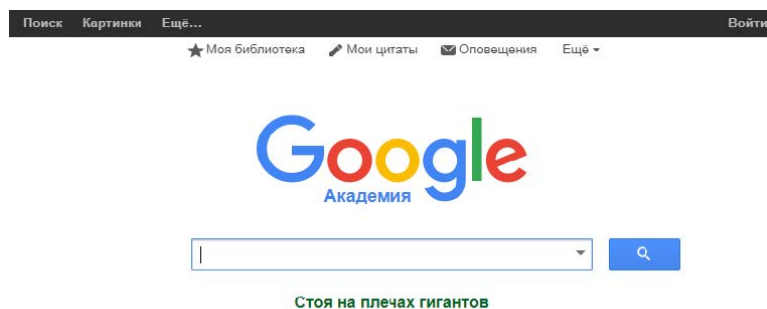


Рисунок 2 - Поисковая система *Google Scholar*

Открывшееся окно (рисунок 3) позволяет войти в активный *Google*-аккаунт либо создать новый. Для этого надо нажать на кнопку «Другие варианты» и выбрать функцию «Создать аккаунт».

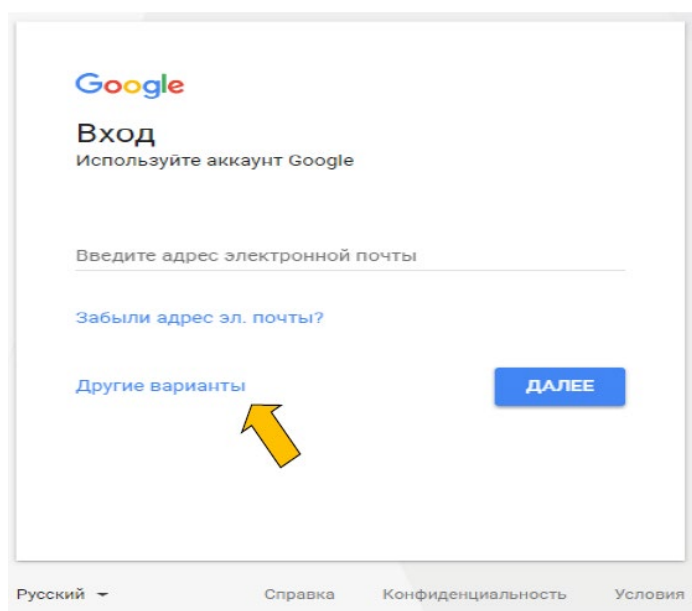


Рисунок 3 - Вход в поисковую систему *Google*

В следующем окне необходимо ввести свои данные для регистрации аккаунта (рисунок 4), затем нажать на кнопку «Далее».

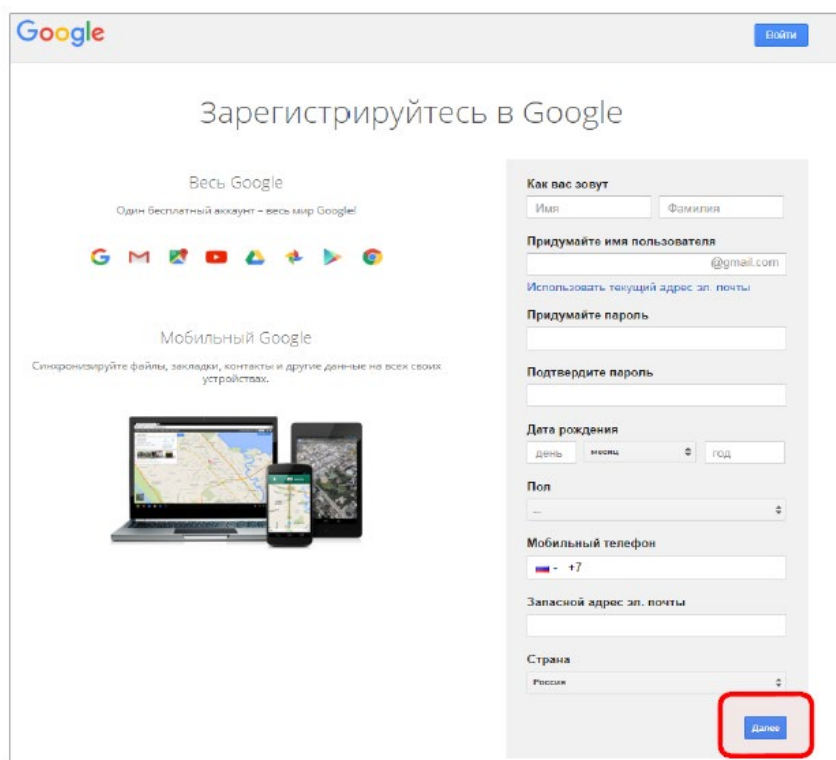


Рисунок 4 - Регистрация в поисковой системе *Google*

На этом этапе регистрация *Google*-аккаунта является завершённой (рисунок 5). Теперь можно перейти на ресурс *Google Scholar*, нажав на кнопку «Перейти к сервису Академия *Google*».

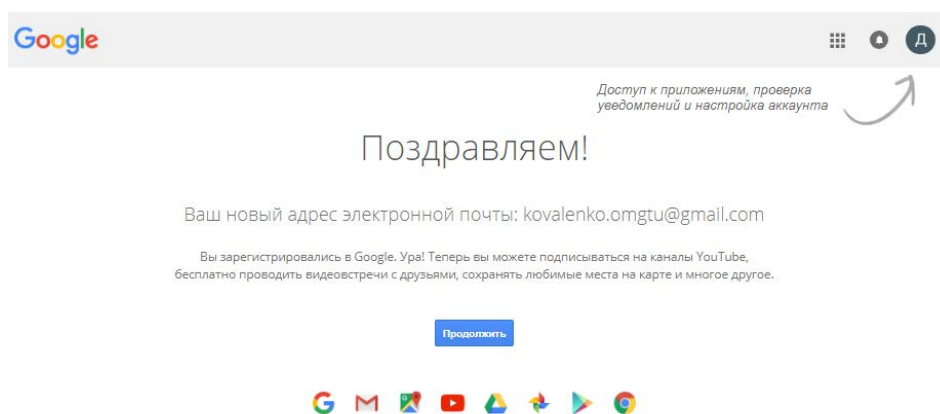


Рисунок 5 - Регистрация в поисковой системе *Google*

После чего появляется возможность сразу заходить в свой аккаунт, так как он уже зарегистрирован в *Google* (рисунок 6).

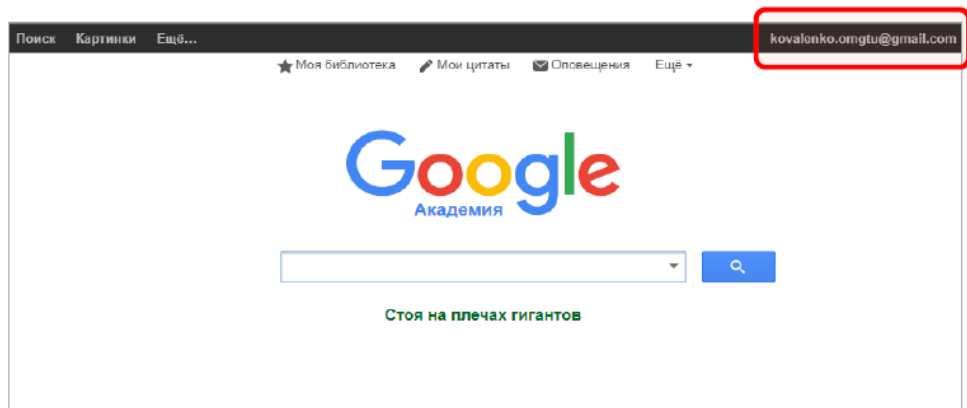


Рисунок 6 - Поисковая система *Google Scholar*

После входа в *Google*-аккаунт появится форма, показанная на рисунок 7. Ее необходимо заполнить в соответствии с основными требованиями (также форму можно увидеть, нажав на кнопку «Мои цитаты»).

Далее необходимо создать профиль в Академии *Google*.

1. Создание профиля. Требуется заполнить все поля. Особое внимание следует уделить полям «Место работы» и «Электронная почта для подтверждения», чтобы произошла аффилиация публикаций с университетом.

Рисунок 7 - Форма для регистрации в системе *Google Scholar*

2. Поиск статей автора и добавление их в свой профиль (рисунок 8). После этого появится возможность как изменять, так и удалять статьи, а также добавлять новые.

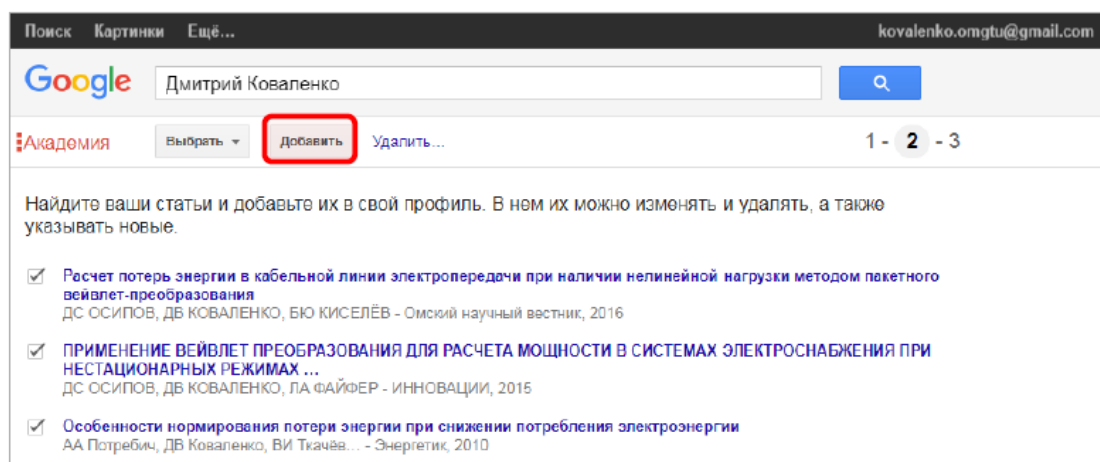


Рисунок 8 - Возможности поисковой системы Google Scholar

3. Обновление списка статей. Предоставляется возможность выбора способа обновления. «Обновить список статей в моем профиле автоматически» или «Не обновлять мой профиль автоматически». Нажмите «Перейти в мой профиль» (рисунок 9).

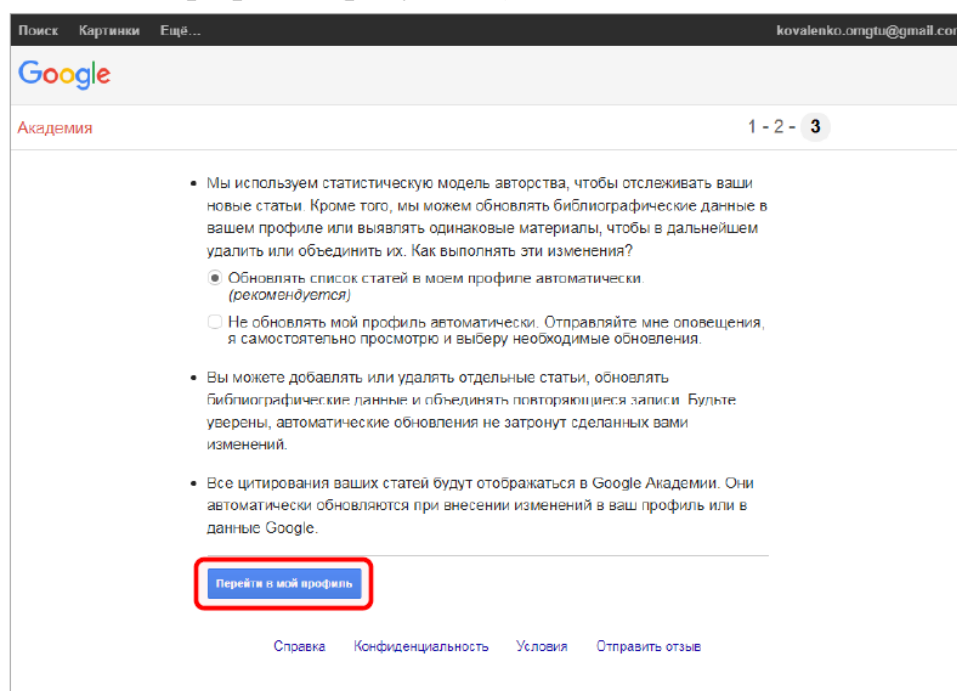


Рисунок 9 - Способы обновления статей в системе Google Scholar

Все готово. Теперь можно отредактировать профиль. Для начала следует загрузить свою фотографию, нажав на кнопку «Изменить фотографию». Чтобы увеличить цитирование работ, профиль следует сделать открытым.

Для завершения регистрации необходимо подтвердить адрес электронной почты, которая указывается при регистрации. Для этого перейти по ссылке, присланной на указанный электронный адрес.

## База данных ScienceDirect (Издательство Elsevier, Нидерланды)

Elsevier – один из четырех самых крупных научных издательских домов в мире, выпускающий каждый год около четверти всех статей из издаваемых в мире научных журналов (рисунок 10). Данное издательство, основанное в 1880 году в Амстердаме (Нидерланды), имеет множество филиалов в разных странах мира, таких, например, как Великобритания, США, Бразилия и др. Своим названием издательство обязано старинному издательскому дому Эльзевиров, который закрылся еще в 1710-х годах, хотя эти два дома напрямую не были связаны.



Рисунок 10 - Логотип Elsevier

В 1999 году Elsevier открыло платформу ScienceDirect, это была онлайн-база данных всех ресурсов издательства, которая интегрировалась с интернет-магазином. А уже на основе ScienceDirect в 2004 году издательство Elsevier создало базу данных цитирований Scopus.

Elsevier наряду с Wiley, Springer и Informa является одним из четырех системообразующих научных мировых издательств. Ежегодно оно издает больше 2 000 научных журналов, в которых содержится около 250 000 статей. По состоянию на 2019 год в архиве издательства находится приблизительно 7 млн публикаций.

**Полнотекстовая база ScienceDirect.** Мультидисциплинарная платформа ScienceDirect (рисунок 11) обеспечивает всесторонний охват литературы из всех областей науки и предоставляет доступ к более 13 млн публикаций из 2 500 различных научных журналов и более 33 000 книг издательства Elsevier, а также к большому числу журналов, публиковавшихся престижными научными сообществами.

Search for peer-reviewed journal articles and book chapters (including [open access](#) content)

Find articles with these terms

In this journal or book title

Author(s)

Search

Advanced search

## Рисунок 11 - Главная страница ScienceDirect

Полнотекстовая база данных ScienceDirect – это ведущая информационная платформа Elsevier для ученых, студентов, преподавателей, специалистов медицинской области и департаментов промышленных предприятий, содержащая в себе 25 % мировых научных публикаций.

Основные особенности и возможности платформы ScienceDirect:

- поиск и просмотр всех рефератов в гостевом режиме;
- при подписке на продолжающиеся издания (books series) и предметные коллекции журналов есть возможность доступа к изданиям за последние четыре года;
- доступ для юридических лиц на основе IP-диапазона;
- различные опции распечатки, экспорта, ранжирования по дате и по соответствию, форматам HTML и PDF;
- возможность получения оповещения о новом номере, новом цитировании статьи и о новом результате поиска через электронную почту;
- функция истории поиска, которая позволяет комбинировать запросы поиска;
- система администрирования Admintool;
- статистика использования.

**Работа в базе ScienceDirect.** После входа на страницу ScienceDirect (рис. 2.34) есть возможность использовать различный поиск и выбрать любую из следующих поисковых вкладок: Find articles with these terms («Найти статьи с этими терминами»), In this journal or book title (Название журнала и книги) Author(s) («Автор(ы)»),

Journal or book title («Название журнала и книги»), Volume («Объем»), Issue («Вопрос») и Page («Страница»).

**Расширенный поиск в базе ScienceDirect.** На странице ScienceDirect в пункте Advanced Search («Расширенный поиск»), расположенной на главной панели навигации, есть возможность ограничить поиск определенной предметной областью, доступными или предпочтительными источниками и диапазонами дат. Для расширенного поиска можно воспользоваться любой из следующих вкладок: Title, abstract or author-specified keywords («Название, аннотация или ключевые слова, указанные автором»), Volume («Объем»), Issue («Вопрос») и Page («Страница»).

Для того чтобы получить полнотекстовую версию необходимого материала, можно воспользоваться сайтом Sci-Hub (рисунок 12).



Рисунок 12 - Официальный сайт Sci-Hub

Sci-Hub – первый в мире интернет-ресурс, который открыл публичный и массовый доступ к десяткам миллионов научных статей. Сейчас Sci-Hub по запросам открывает сотни тысяч статей каждый день в обход любых ограничений.

**Задания:**

1. Ознакомиться с разделами поисковых систем Google Scholar, ScienceDirect
2. Зарегистрироваться на сайтах Google Scholar, ScienceDirect
3. Провести поиск публикаций на сайтах Google Scholar, ScienceDirect по любой интересующей тематике. Получите полнотекстовую версию необходимого материала, при помощи сайта Sci-Hub.

## **Практическое задание №3**

### **Проведение поиска патентной информации**

#### ***Патентные ресурсы РФ***

База данных патентной информации РФ размещена на официальном сайте Федерального государственного бюджетного учреждения «Федеральный институт промышленной собственности» (ФИПС), которое является учреждением, подведомственным Федеральной службе по интеллектуальной собственности (РОСПАТЕНТ).

Сайт Российского патентного ведомства, предназначен, в том числе, и для обеспечения доступа к Российским патентным базам данных. Информационные ресурсы Роспатента содержат:

- официальные бюллетени Роспатента по объектам интеллектуальной собственности,
- международные классификаторы: Международная патентная классификация (МПК), Международная классификация промышленных образцов (МКПО), Международная классификация товаров и услуг (МКТУ),
- информационно-поисковую систему с возможностью поиска изобретений и других объектов по текстовым полям, по номерам и по датам,
- открытые реестры с возможностью поиска изобретения и других объектов по номеру регистрации или номеру заявки.

Информационно–поисковая система предоставляет возможность поиска таких объектов как: российские изобретения (в том числе, перспективные изобретения), полезные модели, промышленные образцы, наименования мест происхождения товаров, российские и международные (с указанием России) товарные знаки. В информационно-поисковой системе представлены как полные описания патентов на изобретения и полезные модели, так и рефераты. При этом поиск изобретений и полезных моделей возможен по ключевым словам в тексте описания, рефератов и формул, а также по номерам патентов или заявок, по классу МПК, по фамилии автора, по наименованию заявителя или правообладателя, по дате подачи заявки и дате публикации и т.д.

Кроме того, ресурс предоставляет ссылки на сайты зарубежных патентных ведомств, а также на другие зарубежные патентные базы данных – как платные, так и бесплатные: в том числе, США, Японии, ВОИС и др.

#### ***Международная патентная классификация***

Вся патентная литература, относящаяся к изобретениям и полезным моделям, систематизирована в патентном фонде высокоразвитых стран по

классификационным рубрикам национальной (НПК) и/или международной (МПК) патентных классификаций, а промышленным образцам – по рубрикам МКПО.

При проведении патентного поиска рекомендуется использовать Международную патентную классификацию (МПК), а также национальные классификации. Большинство патентных ведомств мира, используют МПК, т.к. это сближает подходы различных патентных ведомств к классификации патентной информации и позволяет делать более точный и результативный поиск.

### ***Выбор стратегии патентного поиска***

Стратегия поиска включает определение предмета (объекта) поиска, области поиска, ретроспективы поиска, а также выбор последовательности использования баз данных (БД), определение ключевых слов и индекса МПК, разработку алгоритма составления поискового запроса, процедуру изменения поискового запроса в зависимости от получаемых результатов.

Поисковые системы патентных ведомств, в настоящее время являются основными для проведения информационных поисков благодаря тому, что они дают возможность бесплатного доступа к огромному массиву патентных документов.

Базы данных характеризуются отличающимися поисковыми возможностями, и в зависимости от задач, которые ставятся при проведении поиска, следует правильно осуществлять выбор той или иной БД.

### ***Рекомендации по подготовке и проведению поиска***

Патентный поиск должен охватывать все релевантные, т.е., имеющие наиболее близкое отношение, предмету поиска области науки и техники.

Общий подход к проведению работ включает выполнение следующих действий:

1. четко сформулировать предмет поиска, обозначить область науки и техники для определения области поиска в патентной документации, систематизированной по МПК,

2. выбрать классификационные рубрики МПК, которые наиболее полно будут характеризовать необходимую область поиска. МПК представлен на сайте ФИПС по ссылке - <https://new.fips.ru/publication-web/classification/mpk?view=list> и Алфавитно-предметный указатель к МПК (АПУ).

Дополнительным методом определения МПК может быть поиск релевантных документов в базах данных, содержащих полные тексты или

рефераты патентных документов при помощи соответствующих предмету поиска технических терминов.

При этом в процессе поиска область поиска может уточняться в зависимости от полученных результатов.

3. определить объем поиска, который может зависеть от поставленных целей.

4. подобрать ключевые слова и другие поисковые термины, составить поисковый запрос, провести поиск по БД, выполнить анализ результатов и сделать коррекцию поискового запроса (сужение, расширение или изменение), снова провести поиск по БД, снова выполнить анализ полученных результатов и т.д. - до получения искомой информации и принятия решения о завершении поиска.

- подбор «ключевых» слов связан с определением терминов, характеризующих не только техническую сущность предмета поиска, но и его назначение, а также отличительные особенности исследуемого объекта
- для подобранных ключевых слов необходимо подобрать их всевозможные синонимы. Затем эти слова (или словосочетания или термины) следует перевести на иностранный язык, поскольку подавляющая часть патентной информации представлена на иностранных языках, преимущественно, на английском. При переводе в список терминов необходимо включать также и синонимы переведенных терминов уже на иностранном языке.
- использование электронных БД позволяет, проводя первоначально поиск по ключевым словам, включить в объем поиска гораздо большее число патентных документов, т.е. значительно снизить возможность «потери» релевантных документов из-за различий к подходам в их классификации.
- затем, при необходимости ограничения числа найденных документов, в качестве одного из главных поисковых терминов следует использовать индексы рубрик МПК, отобранных/включенных ранее в область поиска.
- если в полученном по «ключевым» словам списке результатов документы не являются релевантными искомому предмету поиска, необходимо провести поиск по выбранным рубрикам МПК.

5. Сохранение результатов поиска – предполагает сохранение найденных и необходимых для анализа документов в виде файлов или их распечатку на принтере.

## База данных ФИПС

Целесообразно начинать поиск патентной информации с БД Российского патентного ведомства.

По адресу <https://new.fips.ru/> осуществляется выход на стартовую страницу сайта ФИПС.

Далее для проведения поиска информации, на стартовой странице необходимо:

- перейти в раздел «Поиск – Поисковая система»;
- нажать кнопку «Перейти к поиску» (Рисунок 1).

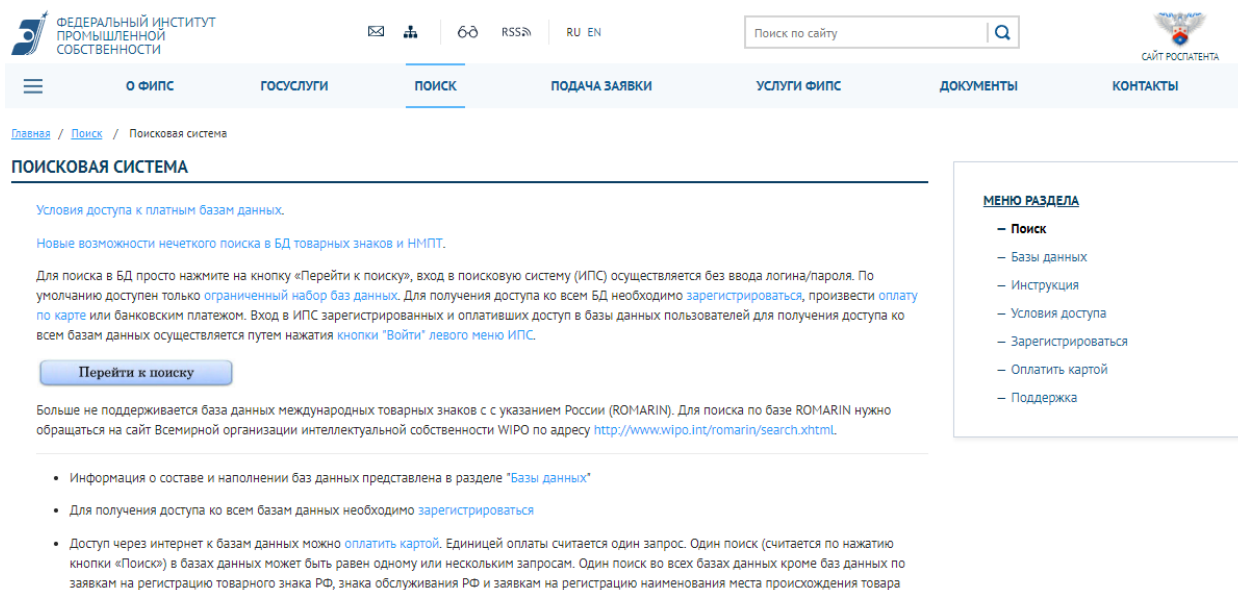


Рисунок 1 – Раздел «Поисковая система»

### **Выбор БД (рисунок 2)**

Для выбора БД, в которых будет производиться поиск:

- щелкнуть на названии библиотеки (например, «Патентные документы РФ (рус)»);
- выбрать одну или несколько БД из открывшегося списка - поставить флаг (щелкнуть) в квадрате слева от названия БД. Кнопка «?» слева от БД содержит описание данной БД.

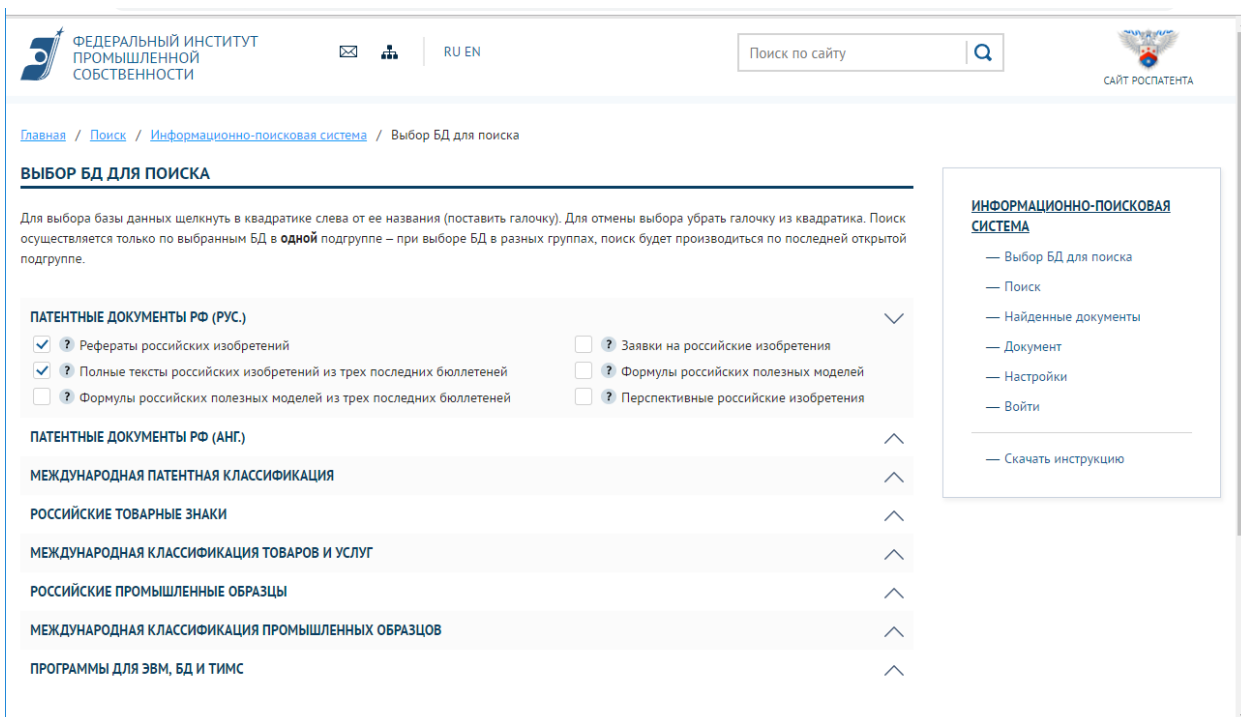


Рисунок 1 – Выбор БД для поиска

### ***Формулировка запроса и поиск информации***

Страница «Поиск» (Рисунок 3) содержит несколько полей для ввода терминов запроса. Слева от каждого окна дана кнопка «?», при нажатии на которую выводится подсказка с указанием части документа или его библиографии, в которой будет проводиться поиск введенных в данное окно терминов, а также правила формулировки запроса в данном поле.

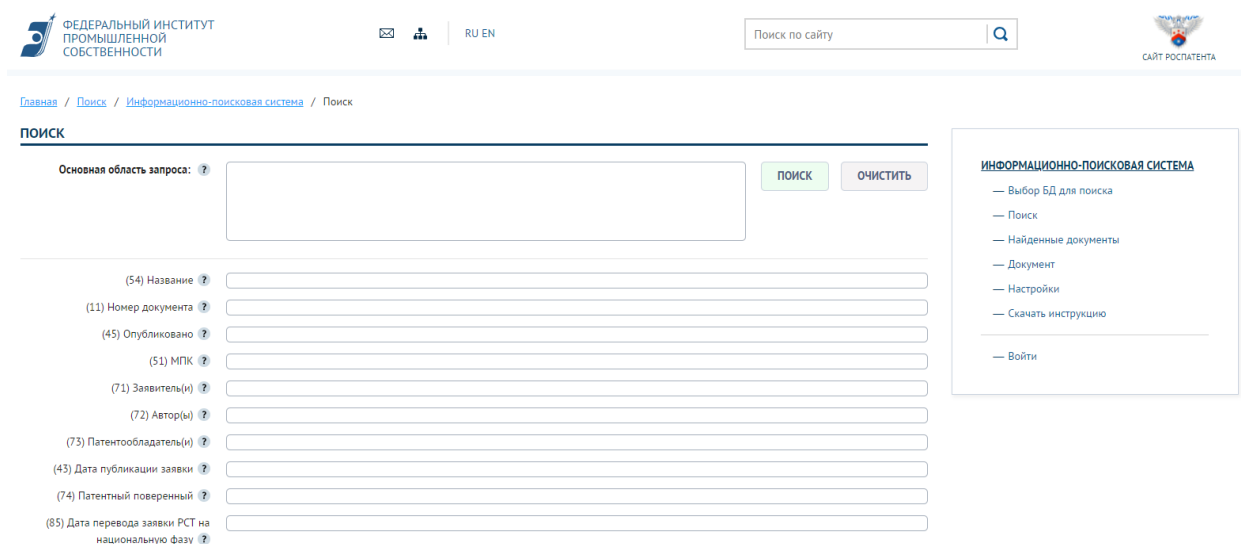


Рисунок 2 – Страница поиска

Поиск терминов запроса, введенных в поле «Основная область запроса», производится в реферате, описании, названии и формуле

изобретения для полнотекстовых БД, в реферате и названии для реферативных БД и по названиям (воспроизведениям) товарных знаков в БД по товарным знакам.

Для поиска следует:

– ввести искомые термины в одно или несколько полей в зависимости от того, какая информация должна содержаться в искомом документе, например: термин(ы) в «Основной области запроса»; термин(ы) в «Названии» и индекс МПК (МКТУ) в соответствующем поле; индекс МПК (МКТУ), термин в «Основной области запроса», автор и т.п.;

– нажать кнопку «Поиск». Откроется страница «Найденные документы» (Рисунок 4).

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Поиск по сайту

САЙТ РОСПАТЕНТА

Главная / Информационно-поисковая система / Найденные документы

### НАЙДЕННЫЕ ДОКУМЕНТЫ

Всего найдено: 23482, доступны первые 4000  
Время запроса: 0.911 сек.

Выбранные поисковые базы (количество найденных документов):

- Рефераты российских изобретений (9718)
- Полные тексты российских полезных моделей (за исключением текущего квартала) (13764)

Поисковый запрос:  
— Основная область запроса: образец

« < 1 2 3 4 5 ... 80 > » Перейти к документу:

№	Номер документа	Дата публикации	Изображение	Название	Библ-ка
1.	151216	(27.03.2015)		УСТРОЙСТВО КРЕПЛЕНИЯ ЦИФРОВОГО ПРИЦЕЛА К ИНОСТРАННЫМ ОБРАЗЦАМ СТРЕЛКОВОГО ОРУЖИЯ НА БАЗЕ ТИПА 'ПЛАНКА ПИКАТИННИ'	ПМ
2.	157223	(27.11.2015)		ТЕСТ-КАССЕТА ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ НАРКОТИЧЕСКИХ, ПСИХОТРОПНЫХ И СИЛЬНОДЕЙСТВУЮЩИХ ВЕЩЕСТВ РАСТИТЕЛЬНОГО И СИНТЕТИЧЕСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ, А ТАКЖЕ БОЛЕЗНЕЙ И ПАТОЛОГИЙ ПО ОБРАЗЦАМ БИОЛОГИЧЕСКИХ ЖИДКОСТЕЙ	ПМ
3.	92565	(20.03.2010)		УСТРОЙСТВО ДЛЯ ИЗВЛЕЧЕНИЯ ИЗ КОРПУСА ЯДЕРНОГО РЕАКТОРА КОНТЕЙНЕРНОЙ СБОРКИ С ОБЛУЧАЕМЫМИ ОБРАЗЦАМИ-СВИДЕТЕЛЯМИ КОРПУСНОЙ СТАЛИ	ПМ

ИНФОРМАЦИОННО-ПОИСКОВАЯ СИСТЕМА

- Выбор БД для поиска
- Поиск
- Найденные документы
- Статистика
- Биллинг
- Документ
- Настройки
- Скачать инструкцию
- Выйти

Рисунок 3 – Найденные документы

В верхней части страницы слева указано количество найденных документов в каждой из выбранных БД и общее количество найденных документов. В Таблице под ними приведена формулировка поискового запроса. Найденные документы выводятся группами по 50 документов. Для перехода от одной группы документов к другой надо щелкнуть по номеру соответствующей группы или использовать кнопки для перехода к предыдущей (последующей) группам.

Список документов содержит: порядковый номер документа в списке, номер публикации документа, дату публикации, чертеж из реферата (если он есть) или изображение промышленного образца или товарного знака, название и БД, в которой найден документ.

Для проведения нового поиска следует выбрать в меню поисковой системы «Поиск».

Для выхода из поисковой системы выбрать в меню поисковой системы «Выйти».

**Задания:**

1. Ознакомиться с патентными ресурсами РФ и зарубежными патентными ведомствами
2. Провести патентный поиск по любой интересующей тематике в базе данных ФИПС.

## Практическое задание №4

### Формулировка идеи проекта и формирование команды проекта

#### *Формулировка идеи проекта*

Придумайте идеи, выберите из них наиболее перспективную и сформулируйте ее. Это станет тем проектом, с которым вы будете работать на протяжении всего курса. Для формулировки идеи можно использовать следующий шаблон:

Я делаю проект \_\_\_\_\_,  
(название проекта)  
который создает \_\_\_\_\_,  
(определение предложения клиентам)  
помогающий \_\_\_\_\_,  
(описание аудитории)  
решать \_\_\_\_\_,  
(проблему)  
при помощи \_\_\_\_\_  
(технология)

Данный шаблон позволяет пошагово сформулировать вашу идею и на выходе получить единое предложение, над которым в дальнейшем можно и нужно работать. На примере это может выглядеть, как:

*«Я делаю проект IntelligentRetail, который создает ценность для аналитиков, предоставляя сервис, помогающий маркетологам в торговых центрах решать задачу проведения маркетинговых исследований в автоматическом режиме при помощи системы видеонаблюдения и разработанных нами математических алгоритмов».*

Формулировка идеи должна основываться на **концепции** продукта, которая определяется ответами на следующие вопросы:

- что будет представлять собой продукт?
- какую функцию будет выполнять продукт?
- как товар будет использоваться?
- где он будет использоваться?
- когда он будет использоваться?
- кто будет его использовать?
- с кем и чем будет использоваться продукт?

Умение четко формулировать свои мысли в краткой форме позволит быстро находить общий язык не только с инвесторами и партнерами, но и, что наиболее важно, клиентами и членами команды.

## ***Формирование команды проекта***

После выбора идеи проекта, необходимо сформировать команду проекта и распределить роли участникам команды. Заполнить матрицу «функционал – сотрудники»

Условие: в команде должно быть 3–5 человек.

Таблица 1. Знакомство с командой

Члены команды	Имя 1	Имя 2	Имя 3	Имя 4
Специальность, направление, курс. Имеющееся законченное образование				
Предоставьте ваши контакты (email, vk, моб. телефон)				
Являетесь ли вы экспертом в проектной области, выбранной вашей группой?				
Выберите роль, которая наиболее удачно подходит для вас в команде				
Что-то интересное, что важно знать о вас (будьте лаконичны)				

Таблица 2. Матрица «функционал-сотрудник»

Функционал	Кто в команде выполняет этот функционал	Комментарии
Управление		
Привлечение клиентов, продажи		
Разработка		
Дизайн		
Операционные процессы		
другой...		

**Практическое задание №5**  
**Разработать бизнес-модель проекта, профиль потребителя и**  
**ценностное предложение**

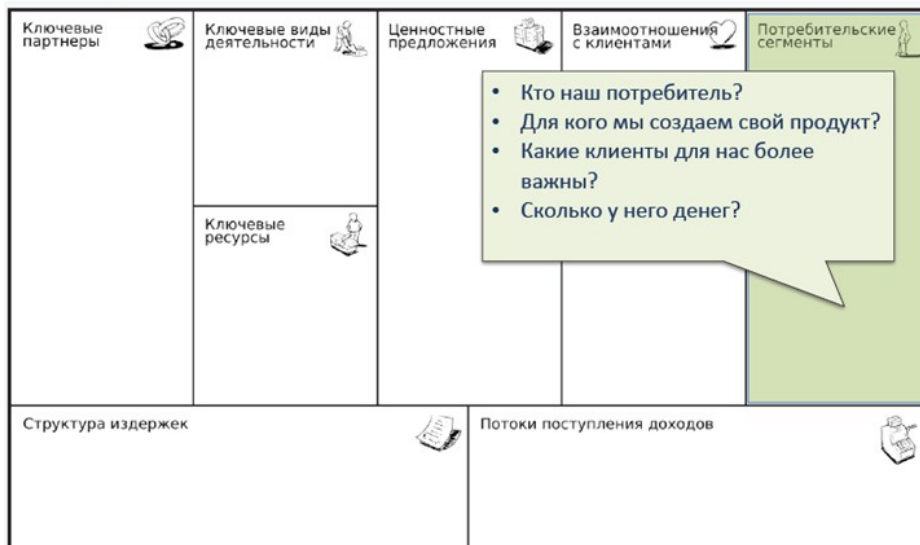
*1. Описать бизнес-модель своего проекта: заполнить шаблон бизнес-модели проекта*

Шаблон бизнес-модели, описание блоков и последовательность разработки представлены на рисунках 1-10.



Рисунок 1

# Потребительские сегменты



## 1 Потребительские сегменты

**Цель блока:** Определить какие группы потребителей компания предполагает привлекать и обслуживать

Группы потребителей сегментируются по определенным признакам (напр. потребности, особенности поведения, различия в запросах, разные каналы сбыта)

Компания может обслуживать один или несколько сегментов

Бизнес – модели могут различаться по потребительскому сегменту на:

- Массовый рынок
- Нишевый рынок
- Дробное сегментирование
- Многопрофильные предприятия
- Многосторонние платформы/рынки

## Разделение рынков по потребительским сегментам

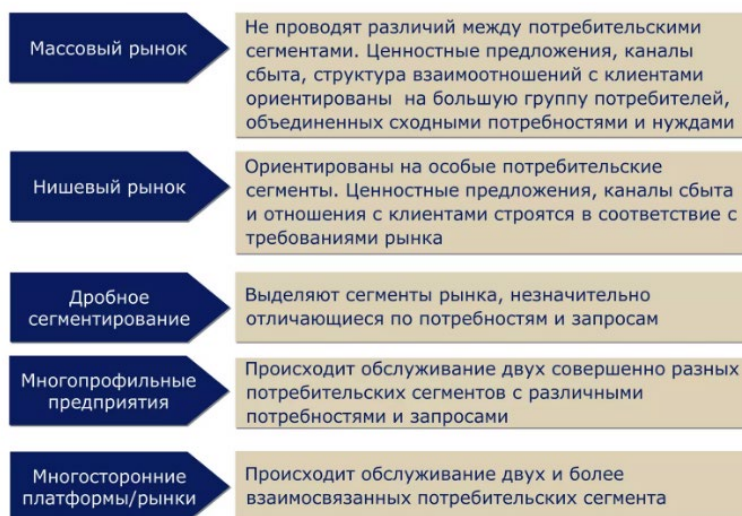
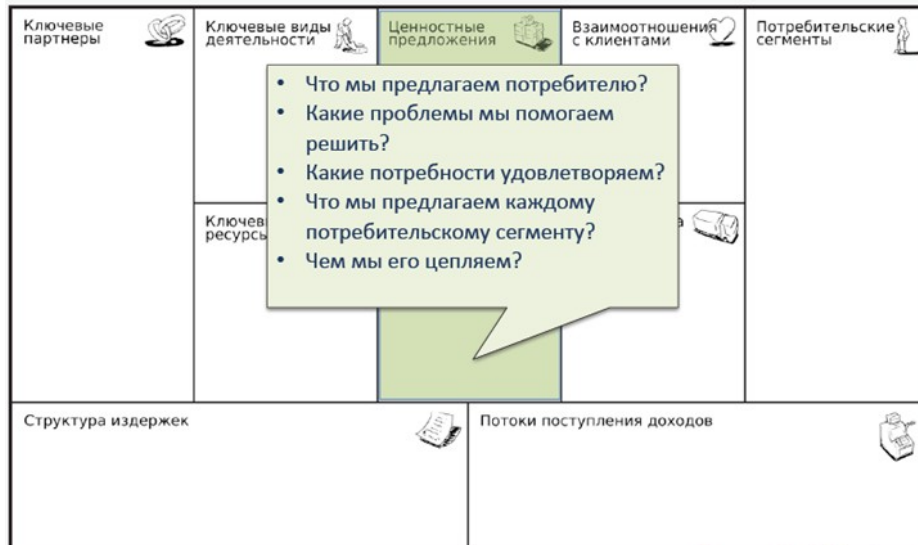


Рисунок 2

# Ценностные предложения



## 2 Ценностные предложения



**Цель блока:** Определить товары или услуги, которые представляют ценность для определенного потребительского сегмента

Ценностные предложения представляют собой совокупность преимуществ товаров и/или услуг, которые компания готова предложить потребителю

Одни предложения могут быть инновационными/революционными, другие подобны тем, которые уже есть на рынке, но с некоторым набором измененных характеристик

Ценностное предложение создает преимущества количественного или качественного характера

- |                         |                         |
|-------------------------|-------------------------|
| - Новизна               | - Бренд/статус          |
| - Производительность    | - Цена                  |
| - Изготовление на заказ | - Уменьшение расходов   |
| - «Делать свою работу»  | - Снижение риска        |
| - Дизайн                | - Доступность           |
|                         | - Удобство/применимость |

## Разделение преимуществ ценностного предложения



Новизна	Ценностные предложения ориентированы на удовлетворение совершенно новых потребностей, которых на рынке просто не существовало. Как правило связаны с технологическими достижениями
Производительность	Ценностные предложения используют способы повышения эффективности
Изготовление на заказ	Удовлетворяют индивидуальные запросы клиентов или узкие потребительские сегменты, имеют высокую ценность. Поход позволяет учитывать индивидуальные пожелания клиентов и в то же время сохранять экономию за счет роста производства
«Делать свою работу»	Ценность создается за счет помощи клиенту в выполнении работы
Дизайн	Продукт выделяется среди аналогичных за счет дизайна

## Разделение преимуществ ценностного предложения



Бренд/статус	Ценность для клиента достигается в демонстрации определенного бренда
Цена	Предложение тех же продуктов по более низкой цене - стандартный путь удовлетворения чувствительных к ценам потребительских сегментов
Снижение риска	Ценность достигается за счет снижения уровня риска, с которым он сталкивается при покупке товаров и услуг
Уменьшение расходов	Ценность достигается за счет помощи потребителям в уменьшении их расходов
Доступность	Ценность создается за счет доступности товаров/услуг для тех потребительских сегментов, которые ранее не имели к ним доступа. Это достигается инновационными бизнес-моделями, новыми технологиями или сочетанием того и другого
Удобство/применимость	Ценность создается за счет создания удобств при пользовании товаром/услугой

Рисунок 3

# Каналы сбыта



## 3 Каналы сбыта



**Цель блока:** Определить как компания взаимодействует с потребительскими сегментами и доносит до них свои ценностные предложения

Каналы сбыта осуществляют следующие функции:

- Повышают степень осведомленности потребителя о товарах и услугах компании
- Знакомят и помогают оценить ценностные предложения компании
- Позволяют потребителю приобретать товары/услуги
- Обеспечивают постпродажное обслуживание

## 5 этапов продвижения товара к потребителю

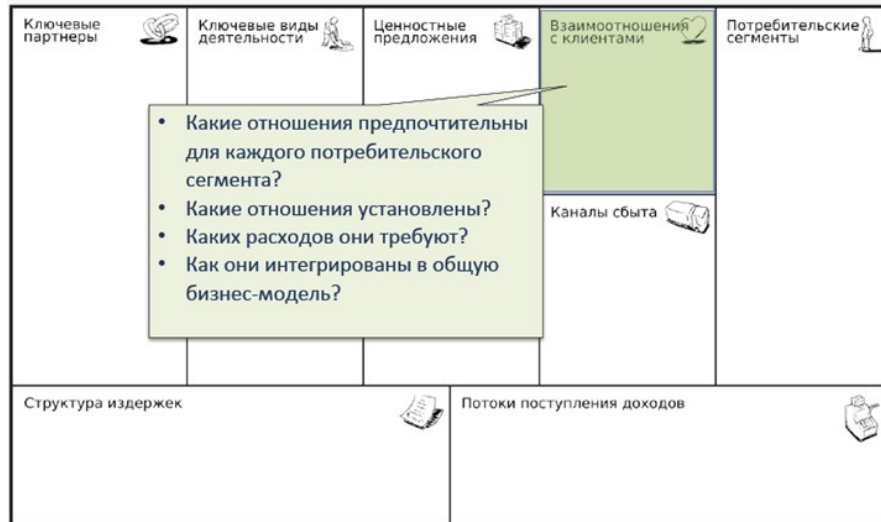


Каналы сбыта представляют 5 этапов продвижения товара к потребителю. Можно выделить прямые и непрямые каналы сбыта, а также собственные и партнерские.



Рисунок 4

# Взаимоотношения с клиентами



## 4 Взаимоотношения с клиентами



**Цель блока:** Описать типы отношений, которые устанавливаются у компании с отдельными потребительскими сегментами

Взаимоотношения могут быть от персональных до автоматизированных для

- Приобретения клиентов
- Удержания клиентов
- Увеличение продаж

Блок оказывает значительное влияние на поведение потребителя

## Типы взаимоотношений с клиентами



### Персональная поддержка

Основана на личных контактах. Клиент может общаться напрямую с представителем компании, получая от него помощь в процессе покупки и после нее. Это может происходить на месте продажи, через колл-центр, по электронной почте или другими путями

### Автоматизированное обслуживание

Представляет собой сочетание более сложной формы самообслуживания с автоматизацией процессов. Автоматизация обслуживания позволяет распознавать отдельных клиентов и предоставлять им информацию, необходимую для отправки заказа или заключения сделки. В идеальном случае автоматизированные сервисы стимулируют личные взаимоотношения

### Особая персональная поддержка

Представитель компании прикреплен к конкретному клиенту, с которым у него складываются свои взаимоотношения. Такие отношения развиваются в течение длительного времени

### Сообщества

Используются, например, интернет-сообщества для привлечения клиентов, а также содействуют установлению более тесных связей между членами таких сообществ. Многие компании поддерживают онлайн-сообщества, предоставляя пользователям возможность обмениваться знаниями. Сообщества помогают компаниям лучше понимать нужды своих клиентов

### Самообслуживание

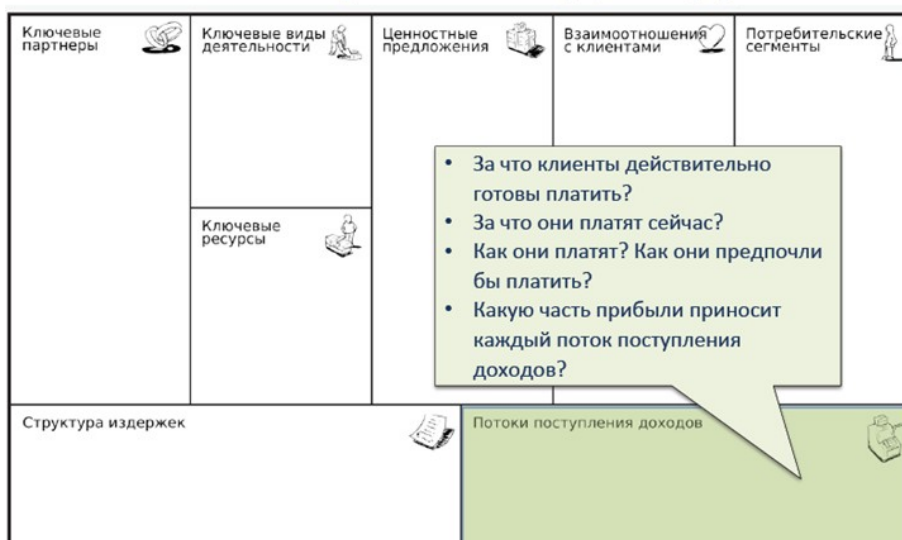
Компания не поддерживает непосредственных отношений с клиентами, но обеспечивает их всем необходимым, чтобы они могли обслуживать себя самостоятельно

### Совместное создание

Многие компании сегодня выходят за рамки традиционных отношений продавец-потребитель и создают ценность совместно с потребителем

Рисунок 5

# Потоки поступления доходов



## 5 Потоки поступления дохода



**Цель блока:** Описать за счет чего компания будет генерировать потоки доходов от каждого потребительского сегмента

Каждый поток может иметь свой механизм ценообразования:

- Фиксированные или договорные цены
- Аукционные торги
- Цены, зависящие от рынка или объема продаж

В бизнес-модели могут сосуществовать 2 типа потоков доходов:

- Доход от разовых сделок
- Регулярный доход от периодических платежей, получаемых от клиентов за ценностные предложения или постпродажное обслуживание

## Способы создания потоков доходов

Продажа активов	Доходы от продажи прав собственности на материальный продукт
Плата за использование	Поток возникает из оплаты пользования определенной услугой. Чем больше клиент пользуется сервисом, тем больше он за него платит
Оплата подписки	Поток дохода возникает от продажи продолжительности доступа к услуге
Аренда/рента/лизинг	Поток создается путем передачи клиенту временных прав на пользование определенным активом в течение определенного периода времени за фиксированную плату. Арендодатель получает регулярный доход, а арендатор – возможность пользования предметом сделки без необходимости платить его полную стоимость.
Лицензии	В этом случае поток дохода создается за счет передачи прав на пользование защищенной интеллектуальной собственностью. Лицензирование позволяет держателям прав получать доход от собственности, не производя продукт и не предоставляя услуги
Брокерские проценты	Поток дохода поступает и от посреднических услуг, которые предоставляются двум и более сторонам в ходе сделки
Реклама	Поток доходов создается оплатой рекламы товара, услуги или торговой марки. Традиционно СМИ и организаторы публичных мероприятий ориентируются на доходы от рекламы. В последнее время и другие производители стали зависеть от рекламного потока доходов



Каждый поток доходов имеет свой механизм ценообразования.

Тип механизма может значительно влиять на получаемую прибыль

В зависимости от механизма ценообразования цены могут быть фиксированными или свободными

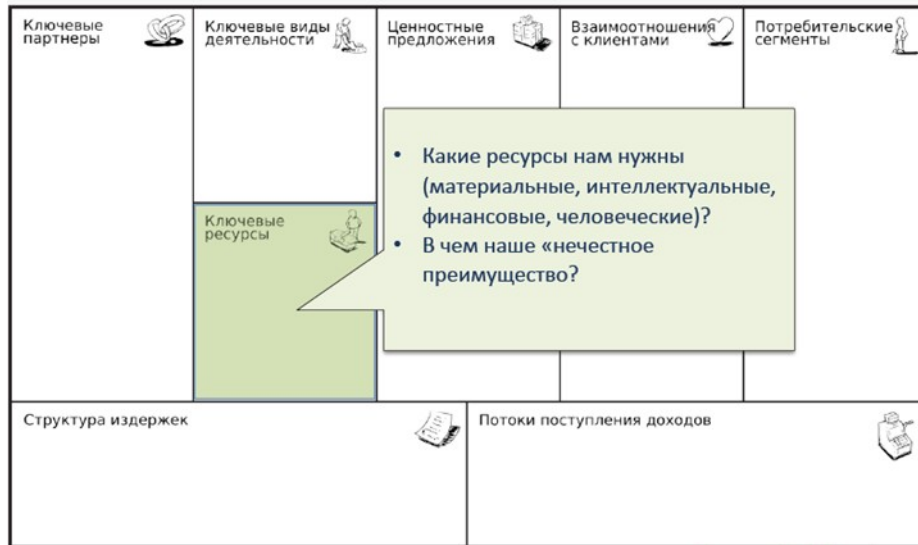
## Механизмы ценообразования

Фиксированные цены Устанавливаются на основе статических переменных		Свободные цены Меняются в зависимости от условий на рынке	
Цена по прейскуранту	<ul style="list-style-type: none"> <li>Фиксированная цена на конкретные товары, услуги или ценностные предложения</li> </ul>	Договор между партнерами (торги)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Цена устанавливается в ходе переговоров сторон, каждая из которых старается добиться наиболее выгодных для себя условий</li> </ul>
Зависимость от характеристик продукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>Цена зависит от числа или качества ценностных характеристик продукта</li> </ul>	Управление доходами	<ul style="list-style-type: none"> <li>Цена зависит от имеющихся ресурсов и сроков покупки (обычно используется при продаже продукта с ограниченным объемом ресурсов, например номеров в отелях или авиабилетов)</li> </ul>
Зависимость от потребительского сегмента	<ul style="list-style-type: none"> <li>Цена зависит от типа и особенностей потребительского сегмента</li> </ul>	Торговля в реальном времени	<ul style="list-style-type: none"> <li>Цены меняются в зависимости от уровня спроса и предложения</li> </ul>
Зависимость от величины закупки	<ul style="list-style-type: none"> <li>Цена меняется в зависимости от количества приобретаемого товара</li> </ul>	Аукцион	<ul style="list-style-type: none"> <li>Цену определяет победитель аукционных торгов</li> </ul>



Рисунок 6

# Ключевые ресурсы



## 6 Ключевые ресурсы



**Цель блока:** Описать наиболее важные активы, необходимые для функционирования бизнес-модели

Функции ресурсов:

- Создавать и доносить до потребителя ценностные предложения
- Выходить на рынок
- Поддерживать связи с потребительскими сегментами
- Получать прибыль

Разные типы моделей требуют разных ресурсов

## Классификация ключевых ресурсов



<p><b>Материальные ресурсы</b></p> <p>Здесь относятся физические объекты, такие как производственные мощности, здания, оборудование, транспортные средства, точки продаж и сети дистрибуции</p>	<p><b>Интеллектуальные ресурсы</b></p> <p>Интеллектуальная собственность, например торговые марки, закрытая информация, защищенная правами собственности, патенты и авторские права, партнерские и клиентские базы данных. Интеллектуальные ресурсы не легко создавать, однако в случае успеха они могут принести существенную прибыль</p>
<p><b>Персонал</b></p> <p>Подбор персонала – важная задача для любой компании, но в наукоемких компаниях или творческих коллективах требуется особенно внимательное отношение к этому ресурсу</p>	<p><b>Финансы</b></p> <p>Ряд бизнес-моделей требует наличия определенных финансовых ресурсов и/или финансовых гарантий, таких как денежные средства, кредитные линии или фондовый резерв для найма сотрудников на руководящие должности</p>

Рисунок 7

# Ключевые виды деятельности



## 7 Ключевые виды деятельности



**Цель блока:** Описать действия компании, необходимые для реализации бизнес-модели

Ключевые виды деятельности, как и ключевые ресурсы – обязательный компонент процесса создания и реализации ценностных предложений, выхода на рынок, поддержания взаимоотношений с клиентами и получения доходов

## Классификация ключевых видов деятельности



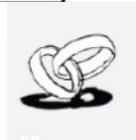
Производство	Разрешение проблем	Платформы/сети
Деятельность включает разработку, создание и вывод на рынок продукта в требуемом объеме и/или наилучшем качестве. Производственная деятельность – главная для бизнес-моделей компаний-производителей	Деятельность заключается в поиске оптимального решения проблем конкретного клиента	В бизнес-моделях, основанных на платформе, как ключевом ресурсе, главными видами деятельности являются те, что связаны с этой платформой или сетью. В качестве платформы могут выступать компьютерные сети, коммерческие платформы, программное обеспечение и даже торговые марки. Деятельность связана с управлением платформами, сервисным обеспечением и продвижением платформ

Рисунок 8

# Ключевые партнеры



## 8 Ключевые партнеры

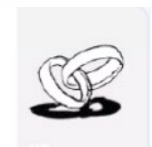


**Цель блока:** Описать сеть поставщиков и партнеров, благодаря которым и функционирует бизнес-модель

Выделяют 4 типа партнерских отношений:

- Стратегическое сотрудничество между неконкурирующими компаниями
- Сококонкуренция: Стратегическое партнерство между конкурентами
- Совместные предприятия для запуска новых бизнес – проектов
- Отношения производителя с поставщиками для гарантии получения качественных комплектующих

### 3 основных мотива создания партнерских отношений



Оптимизация и экономия в сфере производства	Снижение риска и неопределенности	Поставка ресурсов и совместная деятельность
<p>Основная форма партнерства или отношений между заказчиком и поставщиком с целью оптимизации распределения ресурсов и ведения деятельности. Компании нет смысла владеть всеми ресурсами или осуществлять все виды деятельности, связанные с выпуском ее продукции. Вступая в партнерство с целью оптимизации и экономии на масштабе компания добивается снижения издержек. Такая форма партнерства включает в себя привлечение ресурсов со стороны или совместное использование инфраструктуры</p>	<p>Партнерские отношения помогут снизить риск, в конкурентной среде, для которой характерна неопределенность. Нередко компании формируют стратегический союз в одной области, в других оставаясь конкурентами</p>	<p>Лишь некоторые компании владеют всеми ресурсами или выполняют все виды деятельности, которые включает их бизнес-модель. Обычно они передают функции добычи и поставки некоторых ресурсов и выполнение определенных действий своим партнерам. Партнерство может быть обусловлено необходимостью получения знаний, лицензионных прав или доступа к потребителю</p>

Рисунок 9

# Структура издержек

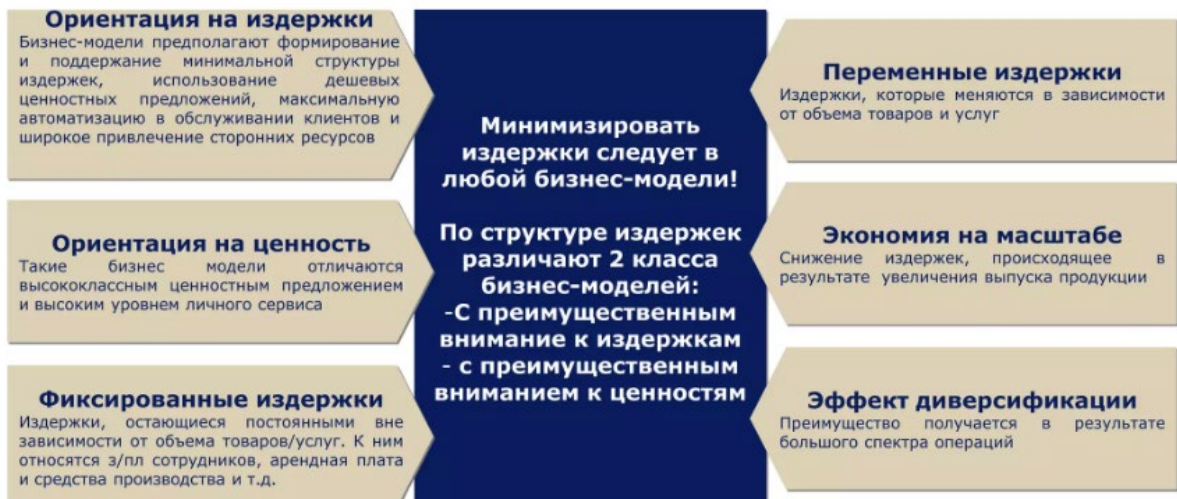


## 9 Структура издержек

**Цель блока:** Описать структуру наиболее существенных расходов функционирования бизнес-модели для предоставления ценностного предложения потребительскому сегменту

Расходы достаточно легко подсчитать, если вы точно определили ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности и ключевых партнеров

### Деление бизнес-моделей по структуре издержек



Большинство бизнес-моделей находятся где-то между 2 классами  
Борьба между издержками и ценностью...

Рисунок 10

## 2. Составить профиль потребителей для вашего продукта

Чтобы создать востребованный продукт или услугу, нужно хорошо знать тех, кто будет ими пользоваться. Общие характеристики целевой аудитории: пол, возраст и профессия — несомненно важны, но для лучших компаний на рынке этой информации о клиенте явно недостаточно.

Карта эмпатии была создана много лет назад Дейвом Греем — основателем компании XPLANE, создателем методики мозговых штурмов «Геймштурминг», автором книг по визуальным практикам мышления. Шаблон карты состоит из 7 блоков, нумерация которых соответствует порядку заполнения (рисунок 11).

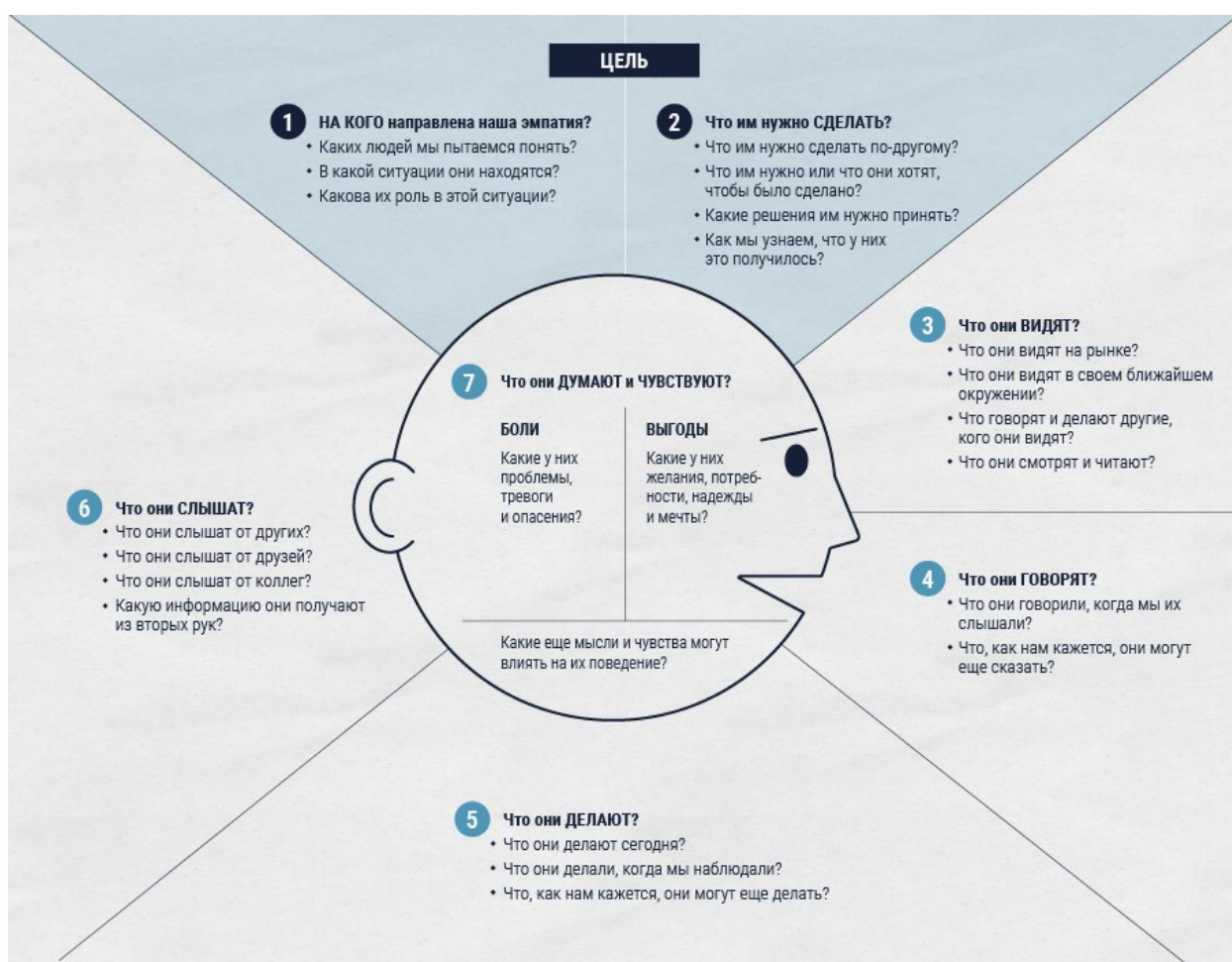


Рисунок 11

На сегодняшний день карта эмпатии активно применяется в Agile-подходах, дизайн-мышлении, входит в инструментарий Стэнфордской школы дизайна.

Бизнес-консультант Александр Остервальдер отметил карту эмпатии в своей книге «Построение бизнес-моделей» как инструмент для понимания клиента: «Она поможет вам выйти за пределы чисто демографических

характеристик потребителя и лучше понять его среду, поведение, проблемы и радости. В результате вы получите более успешную бизнес-модель, так как профиль потребителя поможет создать лучшее ценностное предложение, более удобные и наиболее подходящие для клиентов пути взаимодействия. В итоге вы сможете лучше понять, за что потребитель действительно готов платить».

Карта эмпатии — это инструмент мозгового штурма. Чтобы составить карту эмпатии, мы последовательно заполняем все блоки карты — нумерация блоков соответствует порядку их заполнения. Можно заполнять шаблон, распечатанный на бумаге — этот вариант подойдёт для работы в небольших группах.

### *Ставим цели*

Составлять карту эмпатии начинаем с целей: с кем строим эмпатию, и что этот человек должен, по нашему мнению, сделать.

Для этого рисуем в центре круг (он будет олицетворять героя нашей карты), даём ему имя, фиксируем дополнительные характеристики.

В шаблоне Дейва Грея в центре карты уже прорисован профиль человека — олицетворение клиента. Автор рекомендует адаптировать его, добавить черты характера, эмоции. Можно добавить детали (очки, причёска, галстук и т. д.), использовать фото реального человека или персонажа. Когда профиль на карте станет больше похож на реального пользователя, вам будет проще проецировать его опыт на себя.

### *Заполняем внешние блоки*

Дальше мы последовательно заполняем блоки «Видит», «Говорит», «Делает» и «Слышит». Каждый блок знакомит с отдельным аспектом чувственного опыта нашего героя.

Всего нужно заполнить 4 внешних блока:

«Что он видит?» — этот блок характеризует внешнее окружение клиента, его круг общения, лидеров, к мнению которых он прислушивается: что он видит на рынке и в ближайшем окружении по нужной теме? Что он видит из того, что делают и говорят вокруг? Что он смотрит и читает?

«Что он говорит?» — изучаем, что мы слышали из того, что он говорил. Какие слова мы можем представить, что бы он сказал по волнующей нас теме?

«Что он делает?» — фиксируем конкретные действия: что он делает сегодня? Какое поведение мы наблюдали в прошлом? Какое поведение мы можем себе представить?

«Что он слышит?» — определяем, что он слышит от других людей. Что он слышит от друзей? Что от коллег? Что ему передают с чужих слов?

*Заполняем внутренние блоки*

На этом этапе анализируем, какие мысли и чувства влияют на поведение наших клиентов.

Блок разбит на два сектора:

«боли» — в чём их страхи, расстройства и опасения, которые мешают в решении задачи;

«выгоды» — в чём их желания, потребности, надежды и мечты.

Если внешние блоки олицетворяют опыт пользователя, то эти блоки отражают внутренний мир нашего клиента.

*Задача Карты эмпатии* — почувствовать изнутри, что значит быть вашим клиентом. Когда вы сначала заполните внешние блоки, а только потом перейдёте к внутренним, вы ощутите весь потенциал этого упражнения.

Важно: если процесс заполнения карты стопорится, немного поменяйте формат — пусть кто-то из рабочей группы возьмёт на себя роль клиента, а остальные участники штурма зададут ему вопросы.

*Резюме*

Карта эмпатии собирает и визуализирует глубинные характеристики целевой аудитории: потребности, мотивы, ценности, проблемы и т. д.

К заполненной карте можно обращаться каждый раз, когда нужно понять точку зрения клиента относительно продукта, услуги, сервиса и многих других вопросов.

### ***3. Сформулировать ценностное предложение***

Сформулируйте, чем полезен ваш продукт для потребителя: какие боли он снимает / какую выгоду он приносит / какую работу пользователя выполняет

Сформулируйте ценностное предложение своего проекта. Протестируйте его на 5 представителях целевой аудитории. Представьте доработанное ценностное предложение.

*Шаблон для выполнения задания*

Этот шаблон-алгоритм поможет сформулировать ценностное предложение.

1. Напишите от 3 до 5 преимуществ вашего продукта, то есть чем вы известны/что вы делаете хорошо?

2. Напишите от 3 до 5 аспектов, которые ожидает/хочет ваш потребитель от вашего продукта?

3. Напишите к чему следует стремиться, чтобы удовлетворить потребности клиентов.

4. Составьте список из ключевых слов и фраз, которые важно включить при описании продукта, в ценностное предложение. Подумайте об основных характеристиках, преимуществах, отличий от конкурента вашего продукта.

Ключевые слова: \_\_\_\_\_

Ключевые фразы: \_\_\_\_\_

5. Выберите ключевые аспекты из пункта 4.

6. Сейчас вы уже готовы сделать самое главное: составить ценностное предложение продукта, используя характеристики из пункта 5 (не более одного - двух предложений).

---

Не останавливайтесь на одной идее, будьте открыты к мозговым штурмам, исправлениям или предложениям от вашей команды. После сравнения и анализа возможных вариантов выберете наиболее подходящий вариант.

7. Тестирование ценностного предложения. Будут ли наши клиенты, поставщики, общественность принимать наше ценностное предложение, когда столкнуться с ним в маркетинге и продвижении, или просто скажут: «И что?».

Для оформления результатов проведенного исследования использовать Шаблон ценностного предложения (рисунок 12).

Шаблон ценностного предложения (Value Proposition Canvas), разработанный Александром Остервальдером, — это схема, в которой отображены ключевые преимущества продукта и факторы, влияющие на выбор клиента.

Для использования шаблона нужно заполнить блоки с описанием продукта (карта ценности) и потребностей пользователя (профиль клиента):

*Заполните карту ценности.* На основании анализа продукта, опросов целевой аудитории и маркетинговых исследований заполните левый блок шаблона:

Продукт. Товар или услуга, которые вы предлагаете клиенту.

Факторы выгоды. Описание возможностей, которые улучшают жизнь клиента.

Факторы ценности. Отличительные характеристики продукта, которые помогают решить проблему клиента.

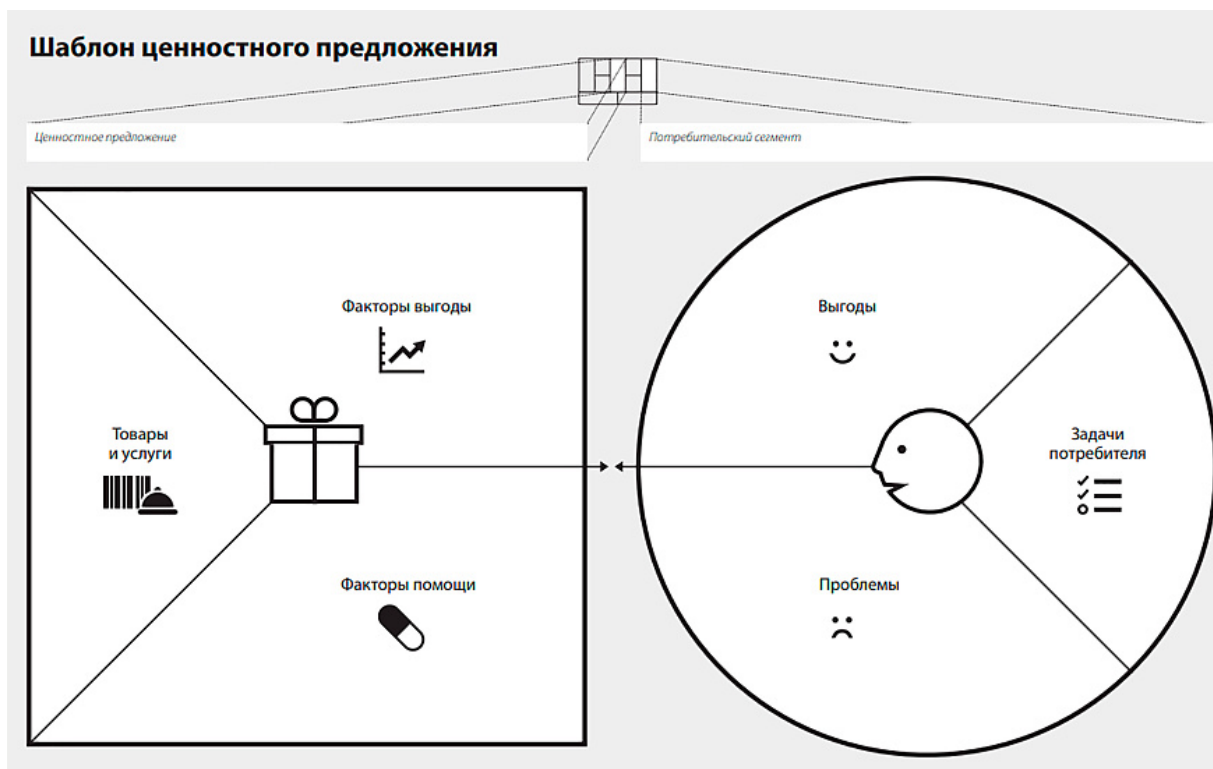


Рисунок 12

*Заполните профиль клиента.* На основе собранных данных о своей ЦА заполните правый блок шаблона:

**Задачи.** Напишите, зачем клиенты покупают ваш продукт, зачем и как они хотят его использовать. Здесь можно указать не только потребности покупателей, но также мотивы и эмоции, влияющие на решение о покупке.

**Проблемы.** Впишите, какие опасения и страхи клиента мешают совершению покупки, что становится препятствием.

**Выгоды.** Укажите, какие преимущества получит клиент от покупки, каких результатов достигнет.

Найдите соответствие между блоками. На этом этапе нужно найти пересечения между картой ценности и профилем клиента. В квадрате отметьте, какие факторы помогают клиенту получить выгоды или решить проблемы. В круге отметьте, какие задачи, проблемы и выгоды учитывает ваш продукт.

Сформулируйте ценностное предложение. Здесь нужно связать все выявленные соответствия. Можно сформулировать предложение самостоятельно, а можно для этого использовать формулу, которую предлагает Остервальдер: «Наш (продукт) помогает (целевая аудитория), которые хотят (выполняемая задача), тем, что (определение действия, решающего проблему) и (определение действия, несущего выгоду)».

**Практическое задание №6**  
**Анализ конкурентов. Customer development и customer discovery.**  
**Подготовка презентации проекта.**

***Анализ конкурентов***

1. Составьте список прямых конкурентов и товаров-заменителей
2. Заполните таблицу по конкурентам
3. Составьте карту позиционирования
4. Сформулируйте свое конкурентное преимущество
5. Найдите на их основе наиболее выгодное для себя позиционирование

Шаблоны для выполнения задания

Таблица 3 - Анализ конкурентов и ответ компании

Конкурент	Преимущества		Недостатки		Наш ответ
	Преимущество	Важность для потребителя	Недостаток	Важность для потребителя	
К1					
К2					

Для выполнения данного задания студентам необходимо провести анализ конкурентов и заполнить таблицу «Анализ конкурентов и ответ компании». Важно, чтобы при заполнении колонки о важности, студенты опросили потребителей (минимум 5), а не делали это на основе своих представлений о них, ведь гипотезы студентов могут расходиться с реальностью.

Сначала составляется список преимуществ и недостатков конкурентов (варианты составления: на основе анализа отзывов, мозгового штурма, опроса потребителей, что они считают преимуществами и недостатками), затем этот список предлагается потребителям с просьбой отметить, насколько данный параметр важен по шкале от 0 до 5, где 0 – совсем не важен, 5 – крайне важен. Для записи результатов опроса по каждому из потребителей-респондентов удобно использовать следующую таблицу 4. После сбора ответов результаты суммируются, выводится среднее значение важности, которое и ставится в таблицу «Анализ конкурентов» в графу «Важность для потребителя».

На что обращать внимание: конкуренты есть всегда. Если Вы считаете, что конкурентов нет – это значит, что Вы недостаточно проанализировал рынок. Если нет прямых конкурентов, то всегда есть товары-заменители и надо рассматривать их.

Таблица 4. Таблица оценки важности преимуществ/недостатков продукта потребителем (для опроса/интервью)

От 0 до 5: 0 – совсем не важно, 5 – крайне важно

Преимущество/недостаток продукта	0	1	2	3	4	5
П1						
П2						
П3						
Н1						
Н2						
Н3						

### *Customer development u customer discovery*

Выдвиньте три гипотезы о своих клиентских сегментах и постройте для этих трех гипотез карту бизнес-модели (или, если уже сделали эту карту ранее – используйте ее).

Составьте шаблон интервью с каждым из клиентских сегментов.

Выберите один из клиентских сегментов и сделайте интервью с 5-10 представителями этого сегмента. Проанализируйте полученную информацию - какие гипотезы были подтверждены, какие опровергнуты, какие инсайты получили. Результаты исследования гипотез заносим в таблицу – трекшн-карту.

Клиентский сегмент	Проблема подтверждена	Ценностное предложение подтверждено	Экономика сходится	Готов MVP	Решение подтверждено	Есть N ручных продаж	Есть N продаж в канале
Клиентский сегмент 1							
Клиентский сегмент 2							
Клиентский сегмент 3							
Клиентский сегмент 4							

## *Подготовить презентацию проекта*

Требования к итоговому проекту.

1. Итоговая презентация проекта должна содержать ответы на следующие вопросы:

1. Бизнес-идея стартапа.
  2. Описание концепции проекта и ценностного предложения.
  3. Выбор и описание бизнес-модели своего проекта. Проверка гипотез.
  4. Анализ и оценка объема рынка. Характеристика целевой аудитории.
  5. Анализ конкурентов.
  6. План продвижения продукта.
  7. Формирование модели монетизации проекта. Постановка целевых показателей (метрик) проекта.
  8. Создание MVP проекта. Результаты тестирования его на представителях целевой аудитории. Предложения по доработке MVP.
2. Формат проведения: защита проекта.
3. Презентация по проекту присылается за день до защиты и представляется в формате Power Point. Максимальный объем презентации составляет 10-12 слайдов (10 минут).