

## ۷-۷. مدل هفتم - مشارکت در بازاریابی

در این مدل با توجه به گستردگی بازار دانشگاه آزاد اسلامی و دیگر مخاطبین، واحد های دانشگاهی می توانند در چارچوب گردش کار ۱۰۲ نسبت به پیش بینی بازار از بین محصولات دانش بنیان و دانش محور (دارای صرفه اقتصادی در مرحله پیش تولید) و از طریق بازار یابی اقدام به مشارکت نمایند، در این مدل واحد های دانشگاهی می توانند در طرحی از طریق پیش خرید محصول دانش بنیان مشارکت کنند. این پیش خرید از طریق گردش کار ۲۰۱ میسر است. قرارداد مطابق اختیارات تعریف شده در مدیریت حقوقی استان و در خارج از اختیارات استان در مدیریت حقوقی سازمان باید به تأیید و احتمال ارزش افزوده برای محصولات مذکور خریداری شده متصور باشد.

**تبصره ۳۰:** در صورت پیش خرید محصولی توسط واحد از یک واحد دیگر موضوع با نظارت استان یا سازمان توافقی است و نیاز به گردش کار ۲۰۱ نمی باشد.