

SZKOLENIA 04.02.2013 PONIEDZIAŁEK

Miejsce szkolenia: Kampus Politechniki Krakowskiej,
ul. Warszawska 24, Kraków, sala konferencyjna „GIL”

GRUPA SZKOLENIOWA – 40 osób.

Czas trwania	Tematy	Prowadzący
09:00-10:30	<p><u>Wprowadzenie - dlaczego tak dużo mówimy w Polsce o komercjalizacji wyników badań naukowych, a tak niewiele z tego wynika?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Świat nauki a świat biznesu - odmienne praktyki, aspiracje i język - Projekty badawcze zorientowane na uzyskanie rezultatów przydatnych komercyjnie - Idealistyczny model komercjalizacji wyników badań a rzeczywistość od wyniku badań do zgłoszenia patentowego; od zgłoszenia patentowego do oferty komercyjnej; od oferty komercyjnej do komercjalizacji 	Prof. Krzysztof Klincewicz Uniwersytet Warszawski Wydział Zarządzania
10:30-10:45	Przerwa	
10:45-12:15	<p><u>Od wyniku badań do zgłoszenia patentowego</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Cele patentowania - Patentowanie a inne sposoby ochrony własności intelektualnej - Zasady prowadzenia projektów badawczych, gwarantujące możliwość patentowania rezultatów badawczych - Innowacje produktowe i procesowe - czyli dlaczego nie zawsze warto patentować wynalazki? - Naukowiec czy uczelnia - kto ma prawo do wynalazku? Wyzwania praktyczne, związane z zarządzaniem własnością intelektualną na uczelniach wyższych. - Problemy ochrony wynalazków, powstałych w wyniku badań zleconych - Patenty a technologie a produkty - dlaczego nie z każdego opatentowanego wynalazku da się zrobić produkt? <p><i>Ćwiczenie: podjęcie decyzji o sposobach ochrony wyniku badań</i></p>	Prof. Krzysztof Klincewicz Uniwersytet Warszawski Wydział Zarządzania
12:15-12:45	Przerwa obiadowa	
12:45-14:15	<p><u>Od zgłoszenia patentowego do oferty komercyjnej (dla początkujących)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Cechy (ang. <i>features</i>) i korzyści (ang. <i>benefits</i>) - nauczymy się rozmawiać o wynikach badań jak handlowcy a nie naukowcy - Diagnoza oczekiwań potencjalnych nabywców technologii - Koncepcja Kompletnego Produktu (ang. <i>Whole Product</i>) i jej wykorzystanie przy tworzeniu oferty komercyjnej - Analiza Całkowitego Kosztu Własności (ang. <i>Total Cost of Ownership, TCO</i>) - Test windy (ang. <i>elevator test</i>) jako sposób przekonującej prezentacji korzyści, związanych z technologią <p><i>Ćwiczenie: identyfikacja korzyści, związanych z przykładową technologią</i> <i>Ćwiczenie: przygotowanie analiz Kompletnego Produktu i Całkowitego Kosztu Własności dla wybranej technologii</i> <i>Ćwiczenie: przygotowanie testu windy dla wybranej technologii</i></p>	Prof. Krzysztof Klincewicz Uniwersytet Warszawski Wydział Zarządzania
14:15-14:30	Przerwa	



16:15-17:45	<p>Od zgłoszenia patentowego do oferty komercyjnej (dla średniozaawansowanych)</p> <ul style="list-style-type: none">- Dyfuzja innowacji i wyzwania, związane z upowszechnianiem się nowych rozwiązań na rynku- Model <i>PZNTO</i> (atrybuty innowacji sprzyjające dyfuzji: przewaga - zgodność - niska złożoność - testowalność - obserwowalność)- Grupy użytkowników/nabywców (and. <i>adopters</i>) w procesie dyfuzji innowacji: innowatorzy, wczesni użytkownicy, wczesna większość, późna większość, maruderzy- Przepaść w cyklu dyfuzji (ang. <i>chasm</i>) i sposoby przekraczania przepaści (ang. <i>crossing the chasm</i>)- Model kręgielni w cyklu dyfuzji (ang. <i>bowling alley</i>)- Fazy procesu zakupowego i typowe wątpliwości nabywców <p><i>Ćwiczenie: wykorzystanie modelu PZNTO do doskonalenia funkcjonalności rozwiązania technicznego</i></p> <p><i>Ćwiczenie: decyzja o sposobie przekraczania przepaści dla wybranego rozwiązania technicznego</i></p>	<p>Prof. Krzysztof Klincewicz Uniwersytet Warszawski Wydział Zarządzania</p>
--------------------	--	---