Содержание

Выражение признательности 7

Предисловие к руководству 8

1. Концепция руководства 8

2. Рекомендации по использованию руководства 10

3. Цель руководства 11

4. Предметный охват руководства 12

5. Ограничения данного руководства 13

Модуль I
Определение общественного достояния и его взаимосвязь с патентами 15

1. Определение информации и знаний, находящихся в сфере общественного достояния, применительно к разработке новых продуктов 16

1.1 Общественное достояние как функция географии и времени 16

2. Взаимосвязь между патентами и сферой общественного достояния 17

3. Общественное достояние в развивающихся и наименее развитых странах 17

Модуль II
Выявление возможностей использования изобретений и знаний, находящихся в сфере общественного достояния 19

1. Взаимосвязь между изобретениями и патентами 20

2. Территориальные границы патентной охраны 21

3. Примеры полезной информации, найденной в патентных публикациях 21

4. Другие права ИС 23

5. Уникальное торговое предложение и его связь с режимами ИС 23

Модуль III
Интеграция общедоступных знаний в процессы разработки продуктов 31

1. Этап идеи 32

1.1 Введение 32

1.2 Идея и ее значение 33

1.3 Что такое черный ящик изобретения? 34

1.4 Оценка и отбор идей продуктов с помощью сбалансированной системы показателей 34

2. Оценка культуры и возможностей команды 37

2.1 Движение против течения 39

2.2 Принятие решения о прекращении проекта или переходе к проектированию, а также о разработке собственных инноваций и (или) сотрудничестве с другими сторонами 40

2.3 Анализ цепочки создания стоимости при оценке конкурентной среды фирмы 41

2.4 Оценка доступных ресурсов (внутренних и внешних) 42

3. Разработка концепции продукта 44

3.1 Оценка жизнеспособности концепции продукта 45

4. Рыночные возможности **45**

4.1 Рыночные данные и исследования 45

5. Изучение технологий, уже присутствующих на рынке **50**

6. Поиск доступных технологий, которые вы можете использовать, для определения возможностей рынка **53**

6.1 Патентная разведка на основе поиска по патентным базам данных, патентной статистики и отчетов 53

6.2 Выявление патентов, представляющих интерес 56

7. Составление шаблона бизнес-модели **58**

8. Отбор концепций продукта **59**

8.1 Введение 59

8.2 Проверка вызова спроса 59

8.3 Использование конкурентной и технологической разведки 59

8.4 Оценка конкурентного преимущества с помощью конкурентной разведки 61

8.5 Технологическая разведка с целью изучения новых технологических тенденций и инноваций с помощью патентов 63

8.6 Оценка способности создать команду и заручиться поддержкой заинтересованных сторон 63

8.7 Охрана ИС, содержащейся в жизнеспособных продуктах 65

8.8 Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT) 68

9. Проектирование **71**

9.1 Введение 71

9.2 Решение технической задачи с помощью ТРИЗ 71

9.3 Определение элементов комплекса маркетинга (5P) и проектирование продукта на их основании 73

9.4 Проектирование для производства и управление технологическими рисками 77

10. Разработка и реализация **82**

11. Испытания **82**

12. Запуск **83**

13. Этап после запуска **83**

14. Заключение **84**

Приложение **87**

Сноски **89**