

Содержание

Выражение признательности	7	3. Примеры полезной информации, найденной в патентных публикациях	21
Предисловие к руководству	8	4. Другие права ИС	23
1. Концепция руководства	8	5. Уникальное торговое предложение и его связь с режимами ИС	23
2. Рекомендации по использованию руководства	10		
3. Цель руководства	11	Модуль III	
4. Предметный охват руководства	12	Интеграция общедоступных знаний в процессы разработки продуктов	31
5. Ограничения данного руководства	13	1. Этап идеи	32
		1.1 Введение	32
Модуль I		1.2 Идея и ее значение	33
Определение общественного достояния и его взаимосвязь с патентами	15	1.3 Что такое черный ящик изобретения?	34
1. Определение информации и знаний, находящихся в сфере общественного достояния, применительно к разработке новых продуктов	16	1.4 Оценка и отбор идей продуктов с помощью сбалансированной системы показателей	34
1.1 Общественное достояние как функция географии и времени	16	2. Оценка культуры и возможностей команды	37
2. Взаимосвязь между патентами и сферой общественного достояния	17	2.1 Движение против течения	39
3. Общественное достояние в развивающихся и наименее развитых странах	17	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
Модуль II		2.4 Оценка доступных ресурсов (внутренних и внешних)	42
Выявление возможностей использования изобретений и знаний, находящихся в сфере общественного достояния	19	3. Разработка концепции продукта	44
1. Взаимосвязь между изобретениями и патентами	20	3.1 Оценка жизнеспособности концепции продукта	45
2. Территориальные границы патентной охраны	21		

4. Рыночные возможности	45	9. Проектирование	71
4.1 Рыночные данные и исследования	45	9.1 Введение	71
5. Изучение технологий, уже присутствующих на рынке	50	9.2 Решение технической задачи с помощью ТРИЗ	71
6. Поиск доступных технологий, которые вы можете использовать, для определения возможностей рынка	53	9.3 Определение элементов комплекса маркетинга (5P) и проектирование продукта на их основании	73
6.1 Патентная разведка на основе поиска по патентным базам данных, патентной статистики и отчетов	53	9.4 Проектирование для производства и управление технологическими рисками	77
6.2 Выявление патентов, представляющих интерес	56	10. Разработка и реализация	82
7. Составление шаблона бизнес-модели	58	11. Испытания	82
8. Отбор концепций продукта	59	12. Запуск	83
8.1 Введение	59	13. Этап после запуска	83
8.2 Проверка вызова спроса	59	14. Заключение	84
8.3 Использование конкурентной и технологической разведки	59	Приложение	87
8.4 Оценка конкурентного преимущества с помощью конкурентной разведки	61	Сноски	89
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		