

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

---

**Imię i Nazwisko .....**      **Nr indeksu .....**

**Dzień Tygodnia/ Godzina.....**      **Podpis .....**

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI  
INTELEKTUALNEJ PRODUKTU INNOWACYJNEGO**

**A 1. Istota pomysłu innowacyjnego**

**A.1.1. Techniczna definicja pomysłu innowacyjnego (elementy składowe, cechy konstrukcyjno-technologiczne, proces wytwarzania)**

**A.1.2. Rynkowa definicja pomysłu innowacyjnego (funkcja na rynku, potrzeby klienta zaspokajane przez produkt)**

**A.1.3. Przedstaw schemat, rysunek, system, itd., będący graficzną prezentacją pomysłu innowacyjnego**

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

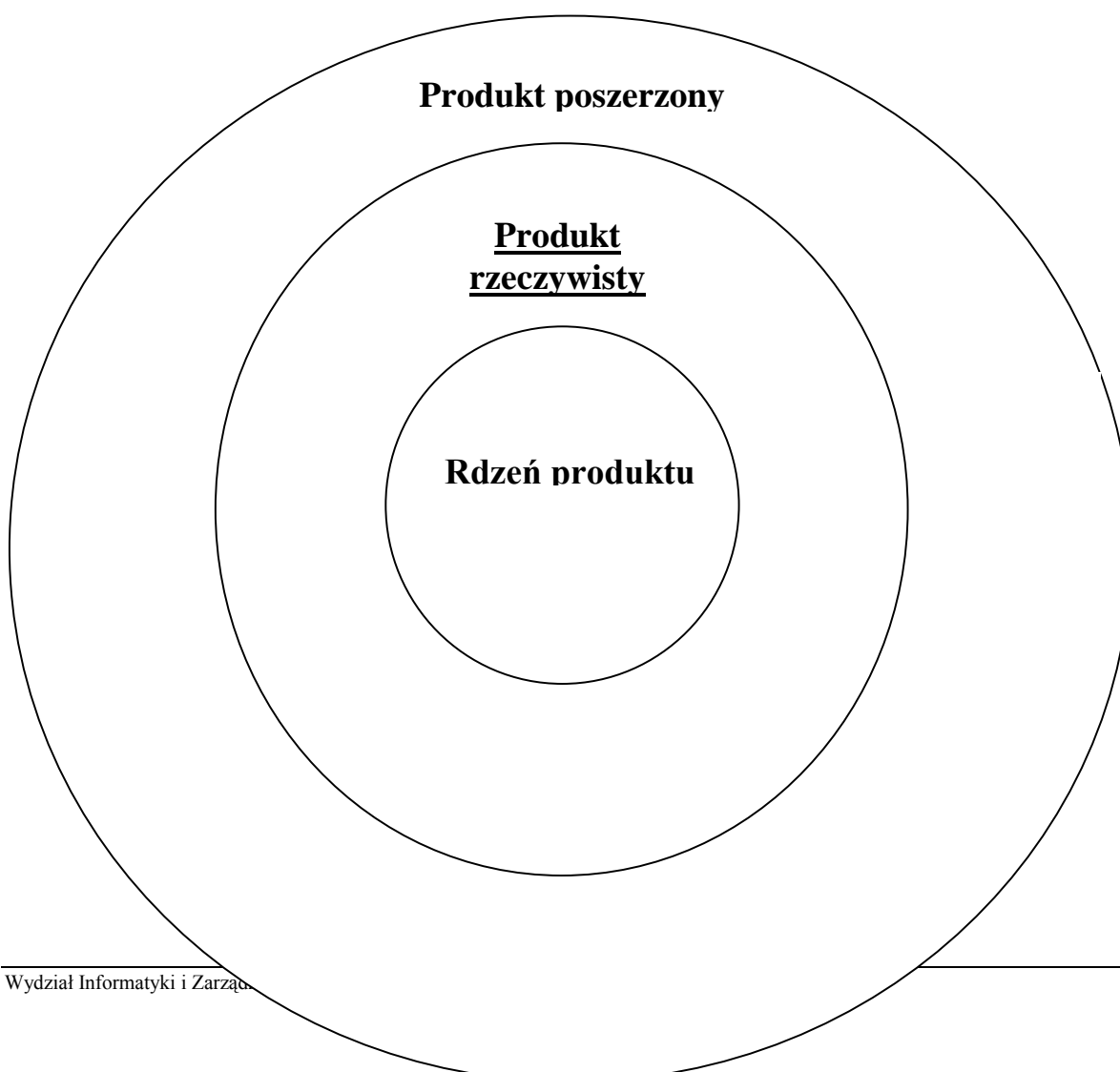
---

**A.1.4. Do jakiego rodzaju innowacji zaliczysz realizowany pomysł innowacyjny.**

Kategoria innowacji	Uzasadnij dlaczego?
Innowacja produktowa	
Innowacja procesowa (technologiczna)	
Innowacja organizacyjna	
Innowacja marketingowa	

**A.2. Rozwój pomysłu innowacyjnego (istota, cechy, usługi poszerzające produkt)**

**A.2.1. Zaprojektuj produkt innowacyjny**



**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

---

**A.2.2. Opisz rdzeń produktu innowacyjnego, rzeczywisty produkt i produkt poszerzony**

a/ Rdzeń produktu	
b/ Produkt rzeczywisty	
c/ Produkt poszerzony	

**A.2.2. Co nowego jest w Twoim produkcie innowacyjnym w stosunku do rozwiązań już istniejących na rynku?**

--

**A.2.3. Marketingowe rozwinięcie produktu innowacyjnego**

**A. 2.3.1. Cena produktu innowacyjnego (cena jako funkcja składników cenotwórczych (jakie?), założenia strategii cenowej, itd.)**

--

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

**A. 2.3.2. Kanaly dystrybucji produktu innowacyjnego**

**A. 2.3.3. Promocja pomysłu innowacyjnego/ produktu (założenia polityki  
promocyjnej)**

**A. 2.3.4. Personel wykonujący produkt innowacyjny (kwalifikacje, umiejętności  
kompetencje, itd.)**

**B. Charakterystyka klienta/ odbiorcy produktu innowacyjnego i głównych  
konkurentów**

**B.1. Opis sektora, branży, rynku docelowego**

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

--

**B.2. Sylwetka typowego klienta (profil, cechy klienta docelowego i jego potrzeby)**

--

**B.3. Identyfikacja głównych konkurentów, ich produktów oraz produktów - substytutów**

--

**C. Strategia konkurencyjna produktu innowacyjnego**

**C.1. Mocne i słabe strony produktu innowacyjnego (wymień)**

Mocne strony	Słabe strony
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

**C.2. Wybór przewagi konkurencyjnej/ strategii**

**Proszę zaznaczyć właściwy kwadrat znakiem „X” przy wybranej strategii**

1) Strategia wyróżniania, co jest przedmiotem wyróżniania Podaj cechy tej strategii
--

--

2) Przewaga kosztowa, strategia lidera kosztowego
---

--

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

Podaj cechy tej strategii			
---------------------------	--	--	--

**C.3. Przedstaw argumenty za i przeciw wybranej przewadze konkurencyjnej/ strategii**

Argumenty „za” wybraną strategią	Argumenty „przeciw” odrzuconej strategii
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

**D. Ocena sukcesu urynkowienia pomysłu innowacyjnego/ produktu**

D.1. Potencjał rozwojowy produktu innowacyjnego (podaj kryterium oceny).....

D.2. Atrakcyjność rynku (branży) (podaj kryterium oceny) .....

D.3. Wskaż miejsce produktu innowacyjnego w „portfelu”

***Atrakcyjność Branży/ Sektora/ Rynku  
(oś Y)***

<b><i>Mały Potencjał - Duża Atrakcyjność</i></b>	<b><i>Duży Potencjał-Duża Atrakcyjność</i></b>
<b><i>Mały Potencjał – Mała Atrakcyjność</i></b>	<b><i>Duży Potencjał – Mała Atrakcyjność</i></b>

***Potencjał rozwojowy pomysł innowacyjnego/ produktu innowacyjnego (oś X)***

**D.4. Oceń wskazaną w „portfelu” pozycję oraz podejmij decyzję, co do dalszych działań związanych z produktem innowacyjnym.**

--

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

**E. Ochrona kategorii „własność intelektualna”**

**E1. Zdefiniuj:**

**Co chcesz chronić?** .....

**Jaka ochrona jest możliwa?** .....

**Wynalazek**

**E.1.1. Ustawowa definicja wynalazku (cechy wynalazku konieczne dla uzyskania patentu)**

--

**E.1.2. Pojęcie patentu (funkcja i znaczenie patentu w działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa)**

--

**E2. Rejestracja wynalazku w procedurze krajowej i międzynarodowej (etapy)**

a) krajowa procedura	
b) międzynarodowa procedura	

**E3. Autorskoprawna ochrona utworów**

Rodzaje praw	Czas ochrony
Autorskie prawa osobiste	
Autorskie prawa majątkowe	

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

--	--

**E3.1. Treść autorskich praw majątkowych**

--

**E.3.2. Typologia umów jako instrumentu rozporządzania autorskimi prawami majątkowymi**

--

**E 3.3. Prawna ochrona utworów pracowniczych (utwory i wynalazki pracownicze – prawa i obowiązki pracodawców i pracowników)**

--

**F. Znaki towarowe i ich znaczenie dla przedsiębiorstwa**

**F.1. Oznaczenia rejestrowane jako znaki towarowe (zakazy rejestracji oznaczeń)**

--

**F.2. Czas trwania ochrony znaku towarowego**

--

**F.3. Krajowa i wspólnotowa (UE) procedura rejestracji znaku towarowego (etapy)**

--



**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

**E 4. Pojęcie i znaczenie *know-how* w działalności przedsiębiorstwa (kryteria wyboru tej formy ochrony)**

**F.5. Argumenty na rzecz prawnej ochrony własności intelektualnej**

Argumenty „za”	Argumenty „przeciw”
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

**F.6. Metody ochrony wytworów intelektualnych według ich kategorii**

Kategoria własności intelektualnej	Sposób ochrony własności intelektualnej
Innowacyjne produkty i procesy biznesow	
Prace artystyczne, utwory literackie	
Wzory, w tym wzory tekstylne	
Prace artystyczne, utwory literackie	
Znaki charakterystyczne	
Oprogramowanie komputerowe	

Układy scalone	
Oznakowanie dóbr o określonej wartości	
Poufne informacje biznesowe i informacje handlowe o charakterze technicznym	

**F. 7. Wyjaśnij zależność między stopniem ochrony własności intelektualnej a innowacyjnością gospodarek**

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

--

**G. Wybór Strategii ochrony własnego pomysłu innowacyjnego/ produktu  
innowacyjnego (wynalazek, utwor)**

**G.1. Dokonaj powiązania elementów produktu innowacyjnego z odpowiednią strategią ochrony własności intelektualnej**

Element produktu innowacyjnego	Patent	Know-how

**G.2. Kultura ochrony własności intelektualnej jako składnik kultury organizacyjnej i komponent strategii przedsiębiorstw**

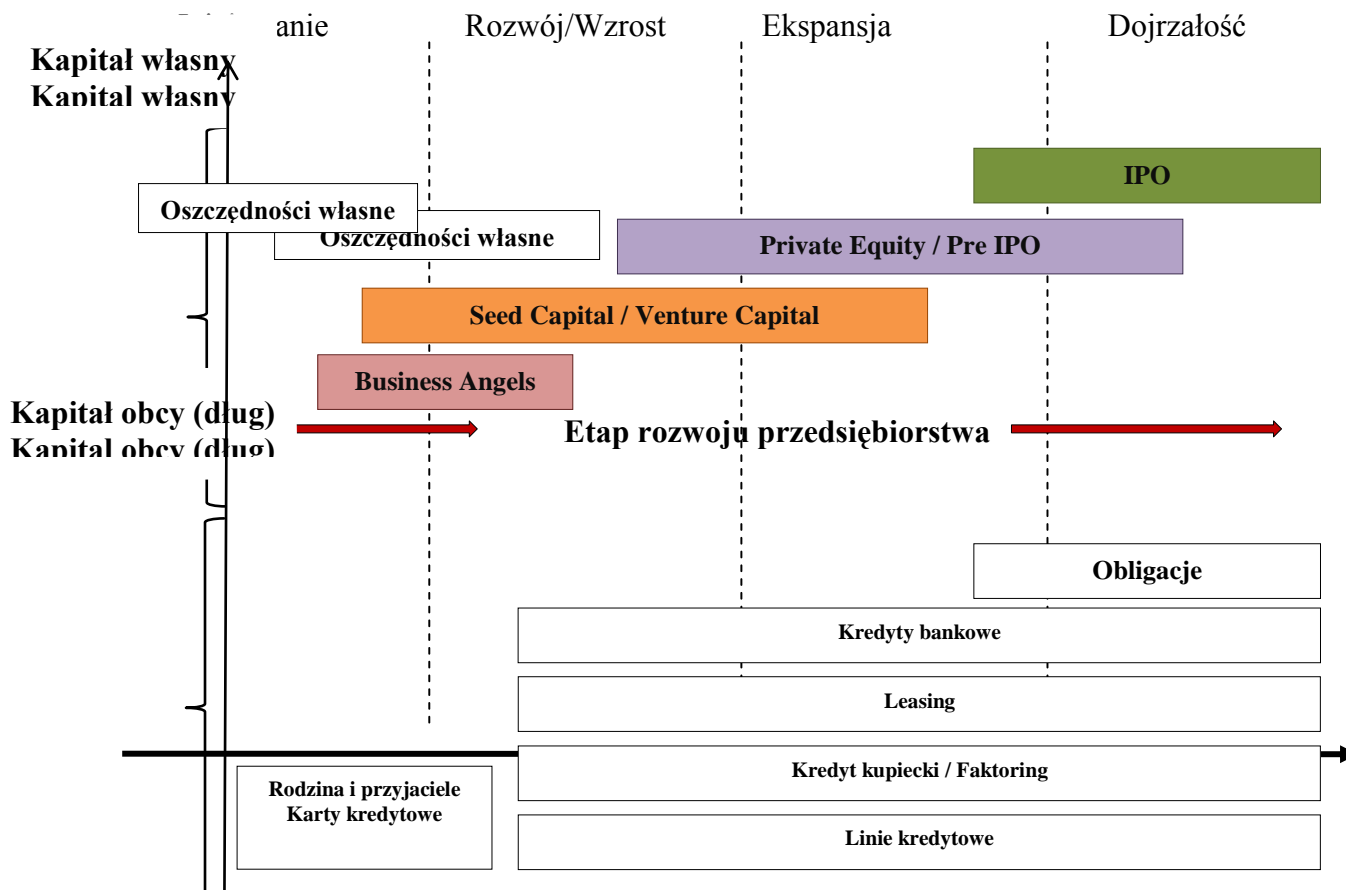
Strategia ochrona własności intelektualnej	Elementy kultury ochrony własności intelektualnej
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

# STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU INNOWACYJNEGO - WARSZTATY

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
 Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

## H. Finansowanie pomysłu innowacyjnego/ produktu innowacyjnego

### H1. Modelowe źródła finansowania



Rys. 1. Źródła finansowania komercjalizacji a etap rozwoju przedsiębiorstwa (opracowanie własne na podstawie materiałów MCI Management S.A.)

Wybrane metody finansowania przedsięwzięć innowacyjnych	Opis
<b>Anioł biznesu</b> ( <i>business angel, angel investor</i> )	zamożna osoba, która przeznaczą kapitał na finansowanie przedsięwzięć będących w bardzo wczesnych fazach rozwoju w zamian za udziały w tych przedsięwzięciach. Zaangażowanie anioła biznesu w przedsięwzięcie trwa zazwyczaj od 3 do 6 lat. Po tym okresie inwestor ten odsprzedaże swoje udziały, dlatego zależy mu na wzroście wartości przedsięwzięcia.
<b>Venture Capital</b>	firmy zarządzają pulą środków innych kapitałodawców zgromadzonych w profesjonalnym funduszu. VC wspiera przedsiębiorstwa we wczesnych stadiach rozwoju o dużym potencjale wzrostu, działające szczególnie w obszarze nowych technologii. VC służą uruchomieniu przedsiębiorstwa

## STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU INNOWACYJNEGO - WARSZTATY

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

	lub jego ekspansji. Zazwyczaj inwestycje te przybierają formę obejmowania udziałów lub akcji w zamian za wkłady pieniężne. Poza kapitałem podmiot dokonujący inwestycji dostarcza również szerokiej wiedzy specjalistycznej w dziedzinie finansów oraz zarządzania przedsiębiorstwami. Dzięki takiemu połączeniu podmiot otrzymujący pomoc jest w stanie skuteczniej rywalizować z konkurencyjnymi przedsiębiorstwami.
<b>Seed Capital</b>	kapitał przeznaczany na finansowanie inwestycji w najwcześniejszej fazie działania przedsiębiorstw, w tzw. fazie załóżkowej (określanej też często jako faza zasiewów). Faza załóżkowa obejmuje okres od powstania pomysłu do pojawienia się przedsiębiorstwa na rynku. Kapitał Załóżkowy (Seed Capital) - finansowanie rozwoju pomysłów potencjalnie zyskownych pomysłów, jeszcze przed założeniem przedsiębiorstwa. Z reguły pozyskane finansowanie jest przeznaczane na badania, ocenę i rozwój pomysłu do fazy komercyjnej.
<b>Private equity</b>	to inwestycje na niepublicznym rynku kapitałowym w przedsiębiorstwa zdobywające rynek lub już posiadające ugruntowaną pozycję na rynku oraz o perspektywach dużego wzrostu wartości. Inwestycje te służą zwiększeniu tempa i potencjału przedsiębiorstw zarówno poprzez zasilenie kapitałowe jak i oparcie się na wiedzy i doświadczeniu biznesowym inwestora. Inwestycje private equity pozyskuje się w celu rozwoju nowego produktu lub technologii, zwiększenia kapitału obrotowego, poprawy bilansu lub innych większych wydatków.
<b>Pre-IPO</b> ( <i>initial public offering</i> )	czyli niepubliczna emisja akcji, skierowana do inwestorów prywatnych, która ma poprzedzać emisję publiczną czyli publiczne IPO. Zazwyczaj inwestorami są wyspecjalizowane fundusze private equity oraz joint venture, które dysponują rozległą wiedzą na temat rynku i są gotowe ponosić większe ryzyko w zamian za możliwość osiągnięcia ponadprzeciętnych zysków.

### H.2. Opis wybranego źródła finansowania pomysłu/ produktu innowacyjnego

	Szczegółowy opis źródła finansowania
<b>Źródło 1</b>	
<b>Źródło 2</b>	
<b>Źródło 3</b>	

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

**Model Biznesowy organizacji innowacyjnej (Model biznesu Osterwaldera)**

<b>Kluczowi Partnerzy</b>	<b>Kluczowe Czynności</b>	<b>Propozycja wartości</b>	<b>Relacje z klientami</b>	<b>Segmentacja klientów</b>
	<b>Kluczowe zasoby</b>		<b>Kanały dystrybucji</b>	
<b>Struktura kosztów</b>			<b>Źródła przychodów</b>	

Opracowanie własne na podstawie” A.Osterwalder, Y.Pigneur, Tworzenie Modeli Biznesowych, 2012, s. 22-23.

**Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstwa**

**J.1. Formy organizacyjno-prawna przedsiębiorstwa**

<b>Wyszczególnienie</b>	<b>Opis</b>
<b>Jednoosobowa działalność gospodarcza</b>	Prowadzenie działalności przez indywidualnego przedsiębiorcę we własnym imieniu i na własny rachunek
<b>Spółka cywilna</b>	Spółka cywilna to spółka osobowa, zawarta przez co najmniej dwóch przedsiębiorców w formie umowy sporządzonej pisemnie.
<b>Spółka jawna</b>	Działalność spółki jawnej regulowana jest przez Kodeks Spółek Handlowych. Firma spółki powinna zawierać nazwisko lub nazwiska wspólników. W spółce obowiązuje zasada subsydiarności – zobowiązania spółki w pierwszej kolejności są regulowane z majątku spółki, a następnie z majątku wspólników.
<b>Spółka partnerska</b>	Spółka partnerska to spółka osobowa utworzona przez wspólników (inaczej partnerów) w celu wykonywania wolnego zawodu. Partnerami w spółce mogą być wyłącznie osoby fizyczne, które są uprawnione do wykonywania wolnych zawodów (adwokata, aptekarza, inżyniera, inżyniera budownictwa, biegłego rewidenta, lekarza, itd. (wykaz w Kodeksie Spółek Handlowych).
<b>Spółka komandytowa</b>	Spółka komandytowa to spółka osobowa, która jest tworzona w celu prowadzenia działalności gospodarczej. W spółce

**STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU  
INNOWACYJNEGO - WARSZTATY**

Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)  
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

	występują dwa rodzaje wspólników: komandytariusze i komplementariusze. Komandytariusz odpowiada przed wierzycielami za zobowiązania spółki do wysokości sumy komandytowej, natomiast komplementariusz całym swym majątkiem.
<b>Spółka komandytowo-akcyjna</b>	Spółka komandytowo-akcyjna to spółka cywilna, która jest tworzona przez wspólników w celu prowadzenia działalności gospodarczej pod własną firmą. W spółce za zobowiązania spółki odpowiada co najmniej jeden wspólnik bez ograniczeń, a co najmniej jeden wspólnik jest akcjonariuszem.
<b>Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością</b>	Spółka z o.o. to spółka kapitałowa. Jej majątek stanowią kapitały wniesione do spółki przez podmioty ją tworzące. Spółka jest osobą prawną, która ponosi odpowiedzialność za swoje zobowiązania wobec wierzycieli.
<b>Spółka akcyjna</b>	Spółka akcyjna to w pełni rozwinięta spółka kapitałowa. Z tego też powodu jest ona podobna do spółki z o.o., choć przy jej powoływaniu potrzeba znacznie większego kapitału. Kapitał na rozwój spółka może pozyskać w drodze publicznej emisji akcji.

**J.2. Zaprojektuj formę organizacyjno-prawną swoje organizacji**

<b>Forma organizacyjno-prawna przedsiębiorstwa</b>	<b>Charakterystyka</b>	<b>Zalety</b>	<b>Wady</b>

**Ocena (każde zadanie od 1 do 5 pkt.)** Oceny dokonuje prowadzący zajęcia)

- K.1. Charakterystyka pomysłu i produktu innowacyjnego (A) .....
- K.2. Rozwój klienta i konkurentów (B) .....
- K.2. Strategia produktu innowacyjnego (C).....
- K.3. Ocena sukcesu rynkowego (D) .....
- K.4. Ochrona intelektualna produktu innowacyjnego (E +F +G) .....
- K.5. Model biznesowy firmy opartej na produkcie innowacyjnym (H).....
- K.6. Finansowanie innowacji (I).....
- K.7. Forma organizacyjno-prawna przedsiębiorstwa (J) .....

**Ocena końcowa ..... (max 40 pkt.)**