

**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 Bartłomiej Bienkiewicz..... Nr indeksu 236493.....

Dzień Tygodnia/ Godzina. Piątek 13:15 TP..... 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)

Systemy wizualizacyjne czasu rzeczywistego. Szybka, lekka i łatwa dla użytkownika biblioteka programowa, umożliwiająca wizualizację i analizę szybko zmieniających się danych w popularnych językach programowania.

Istniejące systemy wizualizacji danych wymagają pisania wszystkiego w jednym języku (Matlab), wymagają długiego okresu nauki (SDL, OpenGL), albo nie są wystarczająco szybkie do zastosowań czasu rzeczywistego (Electron, gnuplot)

Oprócz samej biblioteki, ważnym elementem jest obsługa techniczna i indywidualne podejście do zróżnicowanych potrzeb klientów.

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

Wiele firm operuje na danych, jednak w wielu mniejszych nie ma miejsca dla dedykowanego programisty zajmującego się grafiką. Z tego powodu wizualizacje są często pomijane, lub tworzone jako statyczne obrazy, mimo potencjału dynamicznych animacji w analizie trendów, przyciągania uwagi, i innych zastosowaniach.

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

STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ PRODUKTU INNOWACYJNEGO - WARSZTATY

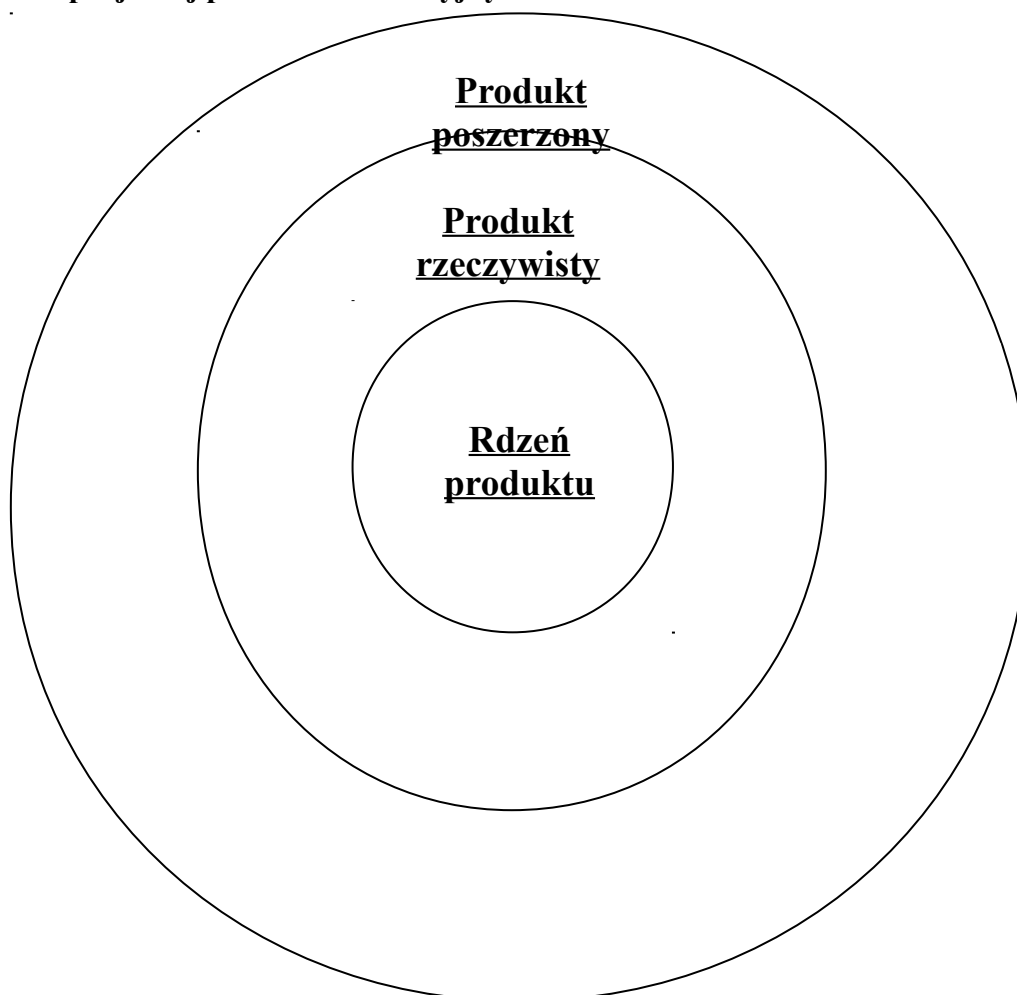
Materiał szkoleniowy dla studentów WYDZIAŁU INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA (SEMESTR ZIMOWY 2017/18)
Autorzy opracowania: dr inż. Jan Skonieczny, dr Aldona Dereń - Katedra Infrastruktury Zarządzania

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

| Kategoria innowacji | Uzasadnij dlaczego? |
|---|--|
| Innowacja produktowa | |
| Innowacja procesowa (technologiczna) | |
| Innowacja organizacyjna | Umożliwienie Outsourcingu wysokiej jakości implementacji grafiki może zmniejszyć koszty dla małych i średnich firm. |
| Innowacja marketingowa | Animowane wizualizacje cyfrowych danych lepiej przemawiają do ludzi. Uproszczenie tworzenia takowych umożliwi klientom lepsze dotarcie do swoich klientów. |

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

A.2.1. Zaprojektuj produkt innowacyjny



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

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/ Rdzeń produktu | Zestaw klas i funkcji maksymalnie upraszczających wizualizację czasu rzeczywistego, z możliwością rozszerzeń i modyfikacji. Używając istniejących otwartych bibliotek można tworzyć uniwersalne i proste w obsłudze nakładki pozwalające na szybkie uzyskanie okien z dynamiczną animacją |
| b/ Produkt rzeczywisty | W zależności od ilości nakładu pracy wymaganego do przystosowania biblioteki do potrzeb każdego z klientów, koszt może się drastycznie różnić dla różnych klientów, jednak raz napisana funkcja może zostać użyta ponownie u innego klienta w przyszłości, pozwalając na amortyzację kosztów. Po wstępnej implementacji, klient powinien umieć samodzielnie przeprowadzać modyfikacje w potrzebnym zakresie, jednak ważnym źródłem przychodu mogą być płatne konsultacje w zakresie realizacji projektów i optymalizacji. |
| c/ Produkt poszerzony | W razie potrzeby, oprócz bezpośredniej wizualizacji danych, analiza i przetwarzanie danych do wizualizowalnego formatu też będą oferowane. Bezpośredni kontakt z klientem będzie ważnym źródłem informacji na temat ich potrzeb. |

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

Outsourcing prostych wizualizacji może okazać się tańszy i bardziej efektywny od rozwiązań wewnętrznych, które często wymagają specjalisty do napisania relatywnie małego segmentu kodu. Rozwiązania mogą być użyte ponownie bez potrzeby znajomości wewnętrznych niskopoziomowości, i modyfikowane.

A.2.3. Marketingowe rozwinięcie produktu innowacyjnego

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

Składniki cenotwórcze to koszt stworzenia biblioteki, marketing, i koszt kontaktów z klientem.

Ponieważ produkt nie jest fizyczny, rzeczywisty koszt jest praktycznie niezależny od rozmiaru rynku. W miarę zdobywania doświadczenia i klientów, produkt będzie naturalnie stawał się bardziej wyrafinowany, uniwersalny i znany, dlatego koszt będzie spadał w czasie.

A. 2.3.2. Kanały dystrybucji produktu innowacyjnego

Dystrybucja online biblioteki oraz konsultacje z klientami, online i osobiste.

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

Ogólnodostępna strona internetowa, w szczególności taka bezpośrednio pokazująca możliwości i obsługę produktu będzie jednym z filarów szerzenia znajomości potencjalnych klientów. Konferencje programistyczne itp. są miejscem spotkań potencjalnych klientów.

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

Główny programista, specjalista od grafiki komputerowej, zajmujący się bezpośrednio biblioteką. Technical Writer piszący dokumentację. Menedżer utrzymujący kontakt i przeprowadzający badania satysfakcji i problemów z produktem.

B. Charakterystyka klienta/ odbiorcy produktu innowacyjnego i głównych konkurentów

B.1. Opis sektora, branży, rynku docelowego

Małe i średnie firmy z niewielkim zespołem programistycznym.

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

Średniej wielkości firma z małym zespołem programistów, bez specjalisty od grafiki komputerowej. Operują na szybko zmieniających się danych i potrzebują je wizualizować w czasie rzeczywistym. Sektor finansowy, medyczny, i zajmujący się statystyką.

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

Electron, GNUPlot, Matlab, oraz wewnętrzne implementacje grafiki.

C. Strategia konkurencyjna produktu innowacyjnego

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

| Mocne strony | Słabe strony |
|---|--|
| 1. Prostota Obsługi 2. Koszt w porównaniu do alternatyw 3. Specjalistyczna obsługa techniczna 4. 5. | 1. Ograniczona konfigurowalność 2. Potrzeba dostosowania danych do formatu lub vice versa 3. 4. |

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 Podaj cechy tej strategii | X |

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

| Argumenty „za” wybraną strategią | Argumenty „przeciw” odrzuconej strategii |
|--|--|
| 1. Koszt jest naturalnym argumentem Outsourcingu 2. Możliwość wprowadzenia prymitywnej funkcjonalności jako algorytmu ogólnego zmniejsza minimalny koszt prototypowania dla klienta | 1. Istnieje wiele innych rozwiązań z dużo większym maksymalnym potencjałem |

**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

D. Ocena sukcesu urynkowania pomysłu innowacyjnego/ produktu

D.1. Potencjał rozwojowy produktu innowacyjnego (podaj kryterium oceny)...O ile potencjał biblioteki wizualizacyjnej jest ograniczony, skrypty analityczne, statystyczne, komplementujące wizualizację mogą mieć bardzo duży potencjał

D.2. Atrakcyjność rynku (branży) (podaj kryterium oceny) ... W każdym większym mieście znajdują się software house-y różnej wielkości które są potencjalnymi klientami, jednak nie ma potrzeby ograniczać się tylko na rynek polski.

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

Atrakcyjność Branży/ Sektora/ Rynku

(oś Y)

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

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.

| |
|--|
| |
|--|

E. Ochrona kategorii „własność intelektualna”

E1. Zdefiniuj:

Co chcesz chronić?....Rozwiązania i technologie będące efektem pracy nad projektami.

Jaka ochrona jest możliwa?..Udostępnianie wyżej wymienionych pod odpłatną licencją.

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

Wynalazek

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

Kryterium nowości

Kryterium poziomu wynalazczego (nieoczywistości).

Kryterium przemysłowej stosowności (charakteru technicznego)

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

Patent to dokument potwierdzający prawo do wyłącznego użytkowania pewnego rozwiązania technicznego przez jego twórcę albo innych upoważnionych jednostek.

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

| | |
|-----------------------------|---|
| a) krajowa procedura | 1.) Napisanie i złożenie zgłoszenia patentowego. 2.) przyznanie daty złożonym dokumentom przez urząd patentowy 3.)Klasyfikacja wynalazku i sporządzenie sprawozdania ze stanu techniki 4.)Badanie formalnoprawne. W trakcie tego badania Urząd może wzywać zgłaszającego do uzupełnienia zgłoszenia lub usunięcia braków pod rygorem umorzenia postępowania. 5.)Badanie czy spełnione są wymagania określone w art. 28 i 29 ustawy Prawo własności przemysłowej. 6.)Ogłoszenie o zgłoszeniu wynalazku w Biuletynie Urzędu Patentowego 7.)Badanie merytoryczne zgłoszenia. Na tym etapie badana jest zdolność patentowa lub ochronna rozwiązania. Badanie merytoryczne może zakończyć się wydaniem decyzji o udzieleniu prawa wyłącznego, decyzji o odmowie udzielenia tego prawa lub decyzji o umorzeniu postępowania |
| b) międzynarodowa procedura | 1. Zapoznać się z podstawowymi informacjami umieszczonymi w „Poradniku wynalazcy” (bezpłatna publikacja UPRP z 2009 r.) dotyczącymi procedury międzynarodowej Układu o Współpracy Patentowej (PCT). 2. Wypełnić formularz (wspólny dla wynalazków i wzorów użytkowych) zgodnie z uwagami (NOTES) zamieszczonymi w końcowej części formularza 3. Dokonać zgłoszenia wynalazku (wzoru użytkowego) w Urzędzie Patentowym RP działającym w charakterze Urzędu przyjmującego 4. Wszelhradzki Instytut Patentowy, tak jak Europejski Urząd Patentowy (EPO), działa jako Międzynarodowy Organ Poszukiwań oraz Międzynarodowy Organ Badań Wstępnych. Zadania związane z przeprowadzaniem międzynarodowego poszukiwania oraz międzynarodowego badania wstępnego będą wykonywały krajowe urzędy własności przemysłowej państw członkowskich VPI, |

E3. Autorskoprawna ochrona utworów

| Rodzaje praw | Czas ochrony |
|---------------------------|----------------------------------|
| Autorskie prawa osobiste | Nieograniczone w czasie w Polsce |
| Autorskie prawa majątkowe | Dożywotnio w Polsce |

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

Twórcy przysługuje wyłączne prawo do korzystania z utworu i rozporządzania nim na wszystkich polach eksploatacji oraz do wynagrodzenia za korzystanie z utworu.

Prawo do korzystania z utworu i rozporządzania prawem do korzystania z utworu (nim) na wszystkich polach eksploatacji (tzw. monopol autorski).

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

Przeniesienie praw autorskich

Licencja na wyłączny bądź niewyłączny użytek, na czas określony bądź nieokreślony

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

Art. 17: W sytuacji gdy wynalazek powstał w wyniku wykonywania przez twórcę obowiązków ze stosunku pracy albo z realizacji innej umowy prawo do uzyskania patentu przysługuje pracodawcy lub zamawiającemu. umowa, w której pracodawca zrzeka się prawa na rzecz osoby trzeciej nie będącej twórcą wynalazku, będzie nieważna.

Zgodnie ze stanowiskiem Sądu Apelacyjnego, uprawnienie do wynagrodzenia służy każdemu pracownikowi, który świadcząc pracę opracował wykorzystywany przez jego pracodawcę wynalazek.

F. Znaki towarowe i ich znaczenie dla przedsiębiorstwa

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

Odmowy udzielania praw ochrony znaków towarowych najczęściej są spowodowane:

- posługiwaniem się oznaczeniami rodzajowymi lub opisowymi, które składają się wyłącznie z elementów mogących służyć w obrocie do wskazania, w szczególności rodzaju towaru, jego pochodzenia, jakości, ilości, wartości, przeznaczenia, sposobu wytwarzania, składu, funkcji lub przydatności.
- zgłoszeniem oznaczeń, które weszły do języka potocznego lub są zwyczajowo używane w uczciwych i utrwalonych praktykach handlowych
- zgłoszenie znaku towarowego, który może wprowadzać odbiorców w błąd, w szczególności co do charakteru, jakości lub pochodzenia geograficznego towaru
- zawiera symbol Rzeczypospolitej Polskiej (godło, barwy lub hymn), a zgłaszający nie przedstawił zgody właściwego organu państwa

F.2. Czas trwania ochrony znaku towarowego

Ochrona znaku towarowego obejmuje okres **10 lat** od daty zgłoszenia znaku towarowego z możliwością jego przedłużania na wniosek uprawnionego na kolejne 10 letnie okresy.

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

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

1. Sprawdź, co to jest znak towarowy.
2. Sprawdź, jakie oznaczenia nie mogą uzyskać ochrony.
3. Sprawdź, czy istnieją znaki towarowe identyczne lub podobne do tego, które mają być przedmiotem Twojego zgłoszenia.
4. Dokonaj zgłoszenia znaku towarowego: wypełnij podanie wraz z wykazem towarów i usług według klasyfikacji nicejskiej (TMClass) i wnieś opłatę za zgłoszenie.
5. Twoje zgłoszenie zostanie ujawnione w bazie Register Plus dla znaków towarowych w terminie do dwóch miesięcy od daty zgłoszenia.
6. Jeżeli Urząd nie stwierdzi przeszkód rejestracyjnych, Twoje zgłoszenie zostanie opublikowane w Biuletynie Urzędu Patentowego.
7. W terminie 3 miesięcy od daty ogłoszenia w BUP osoby trzecie mogą wnieść sprzeciw wobec Twojego zgłoszenia.
8. W przypadku braku sprzeciwu lub w przypadku wydania ostatecznej decyzji w sprawie sprzeciwu Urząd wyda decyzję o udzieleniu prawa ochronnego lub odmowie udzielenia prawa ochronnego.
9. W przypadku otrzymania decyzji warunkowej dokonaj opłaty za ochronę i publikację.
10. Decyzja zostanie opublikowana w Wiadomościach Urzędu Patentowego.
11. Monitoruj, czy ktoś nie narusza Twojego prawa i odnawiaj swoje prawo.

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

Niejawna, istotna dla działania przedsiębiorstwa informacja. Polskie prawo nie definiuje tego pojęcia, ale definiuje tajemnicę przedsiębiorstwa. W odróżnieniu od patentu, *know-how* nie ma charakteru odkrywczego. Jest chroniony przez ustawę o nieuczciwej konkurencji.

F.5. Argumenty na rzecz prawnej ochrony własności intelektualnej

| Argumenty „za” | Argumenty „przeciw” |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Incentywizuje inwestycję w innowacje2. Chroni małych i średnich przedsiębiorców3. Ułatwia kontrolę użytkowania nowych potencjalnie niebezpiecznych technologii przez państwo. | <ol style="list-style-type: none">1. Przy kopiowaniu informacji oryginalny twórca nic nie traci2. Nie ma pewności że nikt wcześniej nie wpadł na pomysł3. Komputer teoretycznie może odkryć wszystkie możliwości więc nie ma wynalazków, tylko odkrycia4. Patenty mogą być używane do monopolizacji i spowolnienia innowacji5. Wyróżnia jednostki kosztem ogółu |

F.6. Metody ochrony wytworów intelektualnych według ich kategorii

| Kategoria własności intelektualnej | Sposób ochrony własności intelektualnej |
|---|---|
| Innowacyjne produkty i procesy biznesow | Patent |
| Prace artystyczne, utwory literackie | Prawo autorskie |

STRATEGIA, URYNKOWIENIE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELKTUALNEJ 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

| | |
|------------------------------|---|
| Wzory, w tym wzory tekstylne | ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej |
| Znaki charakterystyczne | Urząd patentowy |
| Oprogramowanie komputerowe | Prawo autorskie |

| | |
|---|-----------------|
| Układy scalone | Urząd patentowy |
| 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

Ochrona własności intelektualnej może incentywizować inwestycję w innowacyjne rozwiązania i produkty firm. Z drugiej strony, możliwe że posiadacz patentu nie będzie wykorzystywał pełnego potencjału swojej innowacji, albo że wielkie firmy mogą wykupywać innowacyjne patenty celem ochrony przed niechcianą konkurencją.

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 |
|---|--------|----------|
| Biblioteka | X | |
| Rozwiązania i implementacje w indywidualnych projektach | | X |

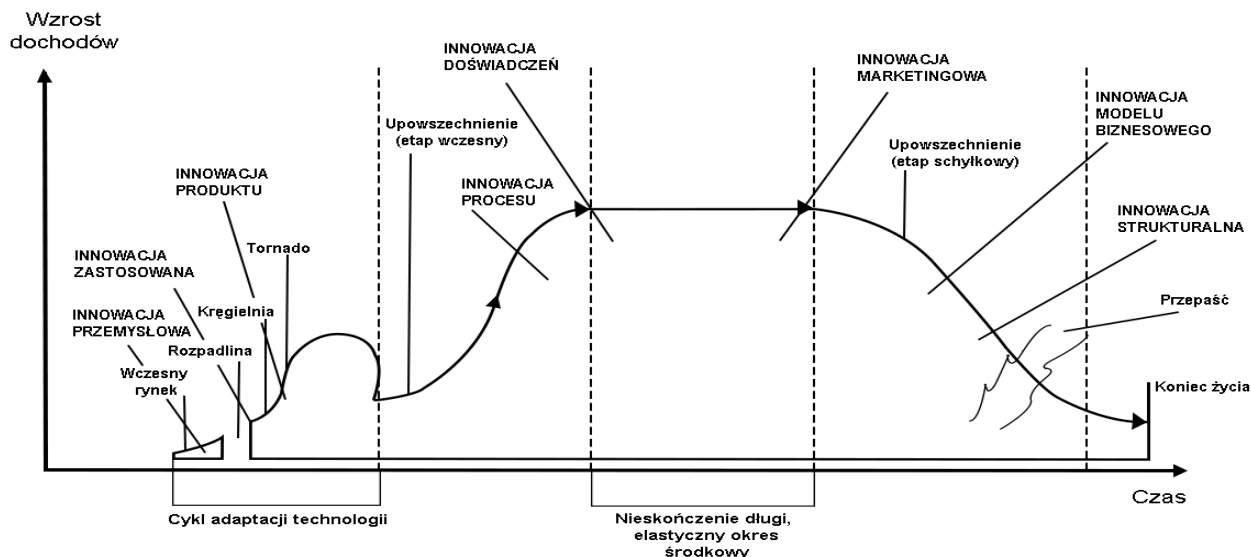
G.2. Kultura ochrony własności intelektualnej jako składnik kultury organizacyjnej i komponent strategii przedsiębiorstw

| 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



| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Oszczędności własne; - Rodzina, koledzy, „głupcy”; - Karty kredytowe; - fundusze europejskie i krajowe (np. NCN, NCBiR); - Crowdsourcing; - Business Angels; - Seed Capital; - Venture Capital; | <ul style="list-style-type: none"> - Business Angels; - Crowdsourcing; - Seed Capital; - Venture Capital; - Leasing; - Factoring; - Kredyty bankowe; - Linie kredytowe; - Private Equity - PRE IPI; - IPO |
|--|--|

| Wybrane metody finansowania przedsięwzięć innowacyjnych | Opis |
|--|--|
| Anioł biznesu (<i>business angel, angel investor</i>) | zamożna osoba, która przeznaczająca kapitał na finansowanie przedsięwzięć będących w bardzo wczesnych fazach rozwoju w zamian za udziały w tych przedsięwzięciach. Zaangażowanie |

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

| | |
|---|--|
| | aniola 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. |
| Venture Capital | 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 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. |
| Seed Capital | kapitał przeznaczany na finansowanie inwestycji w najwcześniejszej fazie działania przedsiębiorstw, w tzw. fazie załączkowej (określanej też często jako faza zasiewów). Faza załączkowa obejmuje okres od powstania pomysłu do pojawienia się przedsiębiorstwa na rynku. Kapitał Załączkowy (Seed Capital) - finansowanie rozwoju pomysłów potencjalnie zyskownych pomysłów, jeszcze przed założeniem przedsiębiorstwa. Z reguły pozyskane finansowanie jest przeznaczone na badania, ocenę i rozwój pomysłu do fazy komercyjnej. |
| Private equity | 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. |
| Pre-IPO (<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

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

| | Szczegółowy opis źródła finansowania |
|-----------------|---|
| Źródło 1 | Oszczędności własne. Z powodu braku potrzeby produkcji towaru fizycznego i dobrych zarobków programistów w Polsce relatywnie łatwo jest uzyskać oszczędności potrzebne na rozpoczęcie działalności i utrzymanie przez pierwszy okres działalności |
| Źródło 2 | Rodzina. Obecnie jako student już jestem utrzymywany przez moich rodziców, i mieszkam u siostry więc duża część kosztów może zostać zredukowana |

Model Biznesu przedsiębiorstwa innowacyjnego (Model biznesu Osterwaldera)

| Kluczowi Partnerzy | Kluczowe Czynności | Propozycja wartości | Relacje z klientami | Segmentacja klientów |
|---------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| | Kluczowe zasoby | | Kanały dystrybucji | |
| Struktura kosztów | | | Źródła przychodów | |
| | | | | |

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

Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstwa

J.1. Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstwa

| Wyszczególnienie | Opis |
|---|--|
| Jednoosobowa działalność gospodarcza | Prowadzenie działalności przez indywidualnego przedsiębiorcę we własnym imieniu i na własny rachunek |
| Spółka cywilna | Spółka cywilna to spółka osobowa, zawarta przez co najmniej dwóch przedsiębiorców w formie umowy sporządzonej pisemnie. |
| Spółka jawna | 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 |

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

| | |
|--|---|
| | wspólników. |
| Spółka partnerska | 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). |
| Spółka komandytowa | Spółka komandytowa to spółka osobowa, która jest tworzona w celu prowadzenia działalności gospodarczej. W spółce występują dwa rodzaje wspólników: komandytariusze i komplementariusze. Komandytariusz odpowiada przed wierzycielami za zobowiązania spółki do wysokości sumy komandytowej, natomiast komplementariusz całym swym majątkiem. |
| Spółka komandytowo-akcyjna | 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. |
| Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością | 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. |
| Spółka akcyjna | 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

| Forma organizacyjno-prawna przedsiębiorstwa | Charakterystyka | Zalety | Wady |
|---|---|---|---|
| Jednoosobowa działalność gospodarcza | Właściciel zakłada działalność gospodarczą i odpowiada za nią osobiście | Niski koszt i szybkość założenia. Możliwość wyboru formy opodatkowania | Ograniczone zasoby. Odpowiedzialność całym majątkiem za zobowiązania |

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)

**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

Ocena końcowa (max 40 pkt.)