

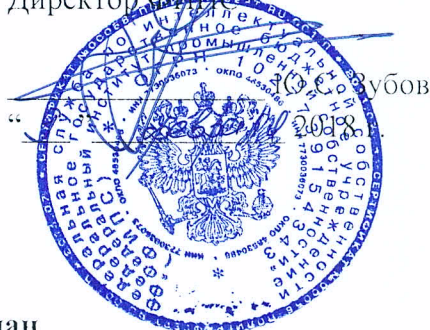
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ (ФИПС)

УТВЕРЖДЕНО

Заседание секции НТС  
“Развитие образовательной  
деятельности” ФИПС  
Протокол № 4 от 06.02.2018г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ФИПС



Учебный план  
программы повышения квалификации специалистов  
по курсу: «Коммерциализация технологий»,  
72 академических часа (очное обучение)

Курс предназначен для специалистов организаций и предприятий различных форм собственности, имеющих высшее профессиональное образование

№ п/п	Наименование	Всего часов	Виды учебных занятий, учебных работ		Самостояте льная работа	Форма контро ля
			Лекции	Семинары		
1	<b>Введение в модуль “Коммерциализация технологий”</b>	4	1	1	2	
1.1	Что такое коммерциализация технологий. История развития моделей коммерциализации. Goldsmith Technology Commercialization Model, Stage-Gate, Open Innovation и др. Способы коммерциализации технологий					

	Опубликование технологии					
2	<b>Лицензирование технологий</b>	4	2		2	
2.1	Базовые аспекты Девять ключевых факторов лицензирования Spike & long tail Процесс лицензирования технологии Управление лицензией					
3	<b>Стратегия лицензирования</b>	4	2	2		
3.1	Подготовка к лицензированию Понимание бизнес-плана лицензиата, технология, продукт					
4	<b>Анатомия лицензии</b>	4	1	1	2	
5	<b>Лицензионные платежи (роялти)</b>	4	1	1	2	
5.1	База расчета роялти Структура роялти Сопутствующие продажи (convoyed sales)					
6	<b>Особенности лицензий на программы ЭВМ</b>	6	2		4	
6.1	Открытые лицензии Лицензирование между организациями Лицензии для конечных пользователей (end-user license) Стандартные лицензии Открытые лицензии (GPL, Apache, BSD, MIT и др.)					
7	<b>Прочие вопросы лицензирования технологий</b>	4	2		2	

7.1	Кросс-лицензирование Поддержка лицензий Регистрация лицензий					
<b>8</b>	<b>Коммерциализация через малые инновационные предприятия (стартапы)</b>	8	4		4	
8.1	Фонды Стратегия венчурного фонда Риск vs возможность Доходность венчурного фонда Лицензирование технологий в малые инновационные предприятия (стартапы) Предпосылки Особенности (Cash poor, equity, антиразмытие) Оценка компаний Pre-money, post-money Интерпренёрство и интрапренёрство Системное «выращивание» технологических компаний Модели Venture Builder, Startup Studio и др. Акселераторы и инкубаторы					
<b>9</b>	<b>Технологический маркетинг</b>	8	2		6	
9.1	Введение в технологический маркетинг Что такое технологический маркетинг? Зачем осуществлять технологический маркетинг? В чем заключается маркетинг и когда его					

	<p>осуществлять? Технологическая компетенция как объект маркетинга Основные способы технологического маркетинга Курица или яйцо: технология или решение для пользователя?</p>					
9.2	<p>Маркетинговые стратегии Technology push Market pull Technology foresight</p>					
9.3	<p>Технологический брокеридж Кто покупатели (стейкхолдеры) ценности ИС? Компании, покупающие ИС и лицензии на них Профессорско-преподавательский состав, когда приходит работать в университет Студенты, которые приходят учиться в университет Офис/подразделение по управлению ИС</p>					
9.4	<p>Как осуществлять маркетинг технологий Управление связями и контактами (networking)</p>					
<b>10</b>	<b>Проведение переговоров</b>	8	2		6	
10.1	<p>Понимание позиции каждой стороны Почему университет должен заниматься трансфером технологии Важность создания партнерских отношений</p>					

	Win-win Сила продавца и сила покупателя Репутация					
<b>11</b>	<b>Стратегическое партнерство</b>	4	1	1	2	
11.1	Ценность стратегического партнерства с коммерческими компаниями для вуза Ценность стратегического партнерства с вузом для коммерческой компании					
<b>12</b>	<b>Технологические консорциумы</b>	4	1	1	2	
12.1	Формирование и использование стандартов ИС и стандарты: дополнительное конкурентное преимущество					
<b>13</b>	<b>ИС и антимонопольное законодательство</b>	4			4	
<b>14</b>	<b>Прочие вопросы коммерциализации технологий</b>	4			4	
<b>15</b>	<b>Экзамен</b>	2				
		<b>72</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>40</b>	