

Использование изобретений, находящихся в сфере общественного достояния

Руководство для изобретателей и предпринимателей

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	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		