

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ імені ЯРОСЛАВА МУДРОГО»**

**ПРОГРАМА**

**НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**„МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ”**

**Харків**

**2013**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ імені ЯРОСЛАВА МУДРОГО»**

**ПРОГРАМА**

**НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**„МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ”**

(галузь знань 1801 «Специфічні категорії»,

освітньо-кваліфікаційний рівень «Магістр»,

напрямок підготовки 8.18010011 «Інтелектуальна власність»)

*Затверджено вченою радою університету  
(протокол № 10 від 15.06.2012 р.)*

**Харків**

**2013**

**Програма навчальної дисципліни «Маркетинг та менеджмент інтелектуальної власності»** (галузь знань 1801 «Специфічні категорії», освітньо-кваліфікаційний рівень «Магістр», напрям підготовки 8.18010011 «Інтелектуальна власність») / уклад. : Л. С. Шевченко, К. Г. Губін. – Х. : Нац. університет «Юрид. акад. України імені Ярослава Мудрого», 2013. –

У к л а д а ч і: Л. С. Шевченко  
К. Г. Губін

*Рекомендовано до видання редакційно-видавничою радою університету  
(протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_\_)*

## ВСТУП

Дисципліна «Маркетинг та менеджмент інтелектуальної власності» вивчає загальні основи й спеціальні економічні та правові передумови діяльності підприємства у різних сферах інтелектуальної власності, процеси розвитку та зростання конкурентоспроможності підприємства на основі інтелектуальних ресурсів та управління організаційним знанням.

Метою викладання навчальної дисципліни є формування системного уявлення про організацію ринкової діяльності підприємства у сфері інтелектуальної власності: вивчення потреб і запитів споживачів на інтелектуальний продукт, створення, шляхи комерціалізації та особливості просування об'єктів права інтелектуальної власності (ОПІВ) на ринках уречевленої та промислової інтелектуальної власності; принципи, форми і методи управління науково-дослідницькою, інноваційною, патентно-ліцензійною діяльністю підприємства (фірми).

Відповідно до змісту курсу «Маркетинг та менеджмент інтелектуальної власності» має зв'язок з іншими навчальними дисциплінами: «Економіка інтелектуальної власності», «Експертиза об'єктів промислової власності. Оцінка прав інтелектуальної власності», «Безпека інтелектуальної власності», «Нематеріальна економіка та управління формуванням і використанням інтелектуального капіталу», «Введення до інтелектуальної власності».

У результаті вивчення дисципліни «Маркетинг та менеджмент інтелектуальної власності» студенти повинні:

**знати** закономірності розвитку сучасної фірми на основі інтелектуальних ресурсів; зміст маркетингу у сфері інтелектуальної власності, структуру та процедуру проведення маркетингових досліджень інтелектуальної власності; теоретичні засади та особливості маркетингу уречевленої інтелектуальної власності та промислової власності; основні складові, етапи та технології менеджменту знань, зміст та форми управління науково-дослідницькою діяльністю підприємства, сутність інноваційного менеджменту; специфіку патентно-ліцензійного та репутаційного менеджменту;

*вміти* проводити маркетинговий аналіз, патентно-кон'юнктурні дослідження ринку інтелектуальної власності, управляти створенням об'єктів права інтелектуальної власності на фірмі (підприємстві) відповідно до потреб ринку, застосовувати комплекс заходів маркетингового впливу на ринок інтелектуальної власності; оцінювати конкурентний потенціал підприємства (фірми) на національному і міжнародних ринках інноваційних продуктів і ОПІВ; управляти створенням і впровадженням нововведень на засадах проектно-орієнтованого інноваційного менеджменту, прогнозувати життєві цикли інноваційного продукту та ОПІВ, розраховувати ціни на інноваційні продукти; проводити патентну експертизу об'єкта інтелектуальної власності, визначати вартість патенту, організовувати торгівлю патентами і ліцензіями; обґрунтовувати вибір режиму охорони інтелектуальної власності, у тому числі від проявів промислового шпіонажу; здійснювати аудит та розробляти стратегії формування позитивної ділової репутації підприємства (фірми).

## **ЗМІСТ**

### **Розділ I. МАРКЕТИНГ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

#### **1. Фірма та її інтелектуальна власність**

Розвиток сучасного підприємства (фірми) на основі інтелектуальних ресурсів та управління організаційним знанням. Традиційна фірма і фірма, заснована на знаннях. Концепція інтелектуальної організації. Інноваційне підприємство. Венчурне підприємство (підприємство науково-інноваційної сфери). Віртуальна фірма.

Інтелектуальні ресурси. Інтелектуальний капітал. Інтелектуальна праця. Інтелектуальний продукт підприємства (фірми), його істотні ознаки і види.

Інтелектуальна власність підприємства (фірми), її структура та об'єкти. Інтелектуальна власність як інструмент ефективного бізнесу та чинник його конкурентоспроможності.

## **2. Маркетинг у сфері інтелектуальної власності**

Сутність маркетингу. Еволюція господарської діяльності підприємства під впливом концепції маркетингу. Маркетингова діяльність підприємства: види, цілі, функції. Середовище маркетингу.

Основні відмінності ринкової діяльності підприємства у сфері інтелектуальної власності. Особливості розпорядження об'єктами прав інтелектуальної власності (ОПВ). Комерціалізація ОПВ: у складі технології чи інноваційного товару; передавання прав на користування інтелектуальною власністю; уступка прав інтелектуальної власності. Ринки уречевленої інтелектуальної власності (інноваційних і традиційних продуктів). Ринки об'єктів прав інтелектуальної власності (патентно-ліцензійний ринок). Основні агенти та інфраструктура ринків інтелектуальної власності. Комплекс маркетингу інтелектуальної власності. Особливості маркетингу основних видів інтелектуальної власності.

Глобалізація ринку ОПВ в умовах транснаціональної інноваційної діяльності.

## **3. Маркетингові дослідження інтелектуальної власності**

Маркетингові дослідження: сутність, цілі, об'єкти та напрями. Основні етапи і методи маркетингових досліджень. Аналіз маркетингової інформації.

Міжнародні (національні, галузеві) патентно-кон'юнктурні дослідження. Визначення кон'юнктури та тенденцій розвитку ринків інноваційних продуктів. Банки ліцензій як механізм маркетингового обслуговування на ринку ОПВ.

Сегментування ринків інноваційних продуктів і ОПВ: сутність, критерії, методи. Специфіка вибору цільового ринку та базової стратегії маркетингу. Ринкове позиціонування ОПВ. Формування прогнозу ринку ОПВ для підприємства (фірми).

Оцінювання конкурентного потенціалу підприємства (фірми) на національному і міжнародних ринках інноваційних продуктів і ОПВ.

#### **4. Маркетинг уречевленої інтелектуальної власності**

Комерціалізація ОПВ у складі інноваційного продукту. Інновація: сутність, основні категорії і види. Життєвий цикл інноваційного продукту. Маркетингова діяльність фірми на кожному з етапів життєвого циклу інноваційного продукту. Інноваційна монополія підприємства на перших етапах життєвого циклу. Ціноутворення на інноваційний продукт. Поширення інноваційного продукту. Просування інновацій.

Роль права інтелектуальної власності для маркетингу інноваційних продуктів і забезпечення конкурентоспроможності товарів і послуг.

#### **5. Маркетинг промислової власності**

Особливості життєвого циклу ОПВ. Маркетингова діяльність фірми на кожному з етапів життєвого циклу ОПВ.

Вартісне оцінювання ОПВ: сутність, цілі, етапи. Види вартості ОПВ. Основні підходи до розрахунку вартості ОПВ: витратний (інвестиційний); порівняльний (ринковий); прибутковий (дохідний) та ін. Методи розрахунку ціни ліцензії. Визначення розрахункової ціни у вигляді роялті. Паушальні платежі. Комбіновані (змішані) платежі. Розрахунок винагороди при продажу ліцензії.

Організація торгівлі ліцензіями. Порядок і етапи діяльності ліцензіату при закупівлі ліцензій. Порядок і етапи діяльності ліцензіара при продажу ліцензій. Передліцензійні угоди. Ліцензійна угода (договір): сутність, структура, зміст, специфічні ознаки. Види договорів, що супроводжують укладення ліцензійних угод (ліцензійну торгівлю). Міжнародний патентно-ліцензійний бізнес. Основні центри, динаміка і тенденції розвитку міжнародного ринку ліцензій. Міжнародна внутрішньофірмова торгівля ліцензіями. «Піратство інтелектуальної власності» на ринках ліцензійних товарів: сутність, причини, форми.

Комерційна концесія (франчайзинг).

Уступка прав інтелектуальної власності. Торгівля патентами. «Патентні війни» на міжнародних ринках.

Просування ОПІВ на ринок. Рекламно-комерційне забезпечення ОПІВ. Роль виставок у стимулюванні попиту на ОПІВ. Інтернет-технології просування ОПІВ. Проблема порушення авторських прав у Інтернеті.

## **Розділ II. МЕНЕДЖМЕНТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

### **6. Менеджмент знань. Управління науково-дослідницькою діяльністю підприємства. Інноваційний менеджмент**

Менеджмент як професійна діяльність у сфері інтелектуальної власності. Сутність та функції менеджменту.

Менеджмент знань. Управління інтелектуальними ресурсами підприємства (фірми): сутність, функції. Основні етапи та технології управління рухом знань. Праця зі знаннями (knowledge work): здобуття знань; внутрішньофірмове продукування знань; кодифікація знань; пошук та використання знань; розвиток знань; зберігання знань. Мережеві джерела знань фірми. Навчання працівників. Інвестиції в знання. Обмін знаннями працівників як форма некомерційного обміну об'єктами прав інтелектуальної власності підприємства. Менеджер знань. Директор департаменту з управління знаннями.

Інноваційний менеджмент: сутність, цілі, методи. Управління науково-дослідною діяльністю підприємства. Сутність та етапи НДДКР.

Інноваційний проект та його стадії. Команда інноваційного проекту. Мотивування працівників до інноваційної діяльності. Оцінка результатів їхньої діяльності та форми винагороди. Промислове освоєння інновацій.

### **7. Патентно-ліцензійний менеджмент**

Патентно-ліцензійний менеджмент як складова інноваційного менеджменту. Патентно-ліцензійна служба (відділ, спеціаліст з інтелектуальної

власності) підприємства: обов'язки, повноваження та відповідальність. Патентний повірений.

Планування та організація патентно-ліцензійної роботи на підприємстві. Аналіз патентної інформації. Вибір між патентною охороною і засекречуванням. Патентна експертиза об'єкта інтелектуальної власності. Визначення вартості патенту. Оцінка рівня патентного захисту прав на інтелектуальну власність. Патентна «парасолька». Патентний пул підприємств. Методи обходу патентів. Контроль за патентною діяльністю на підприємстві.

Патентно-ліцензійна діяльність інженерних фірм. Патентно-ліцензійна діяльність у малому інноваційному бізнесі, некомерційних науково-дослідницьких та освітніх структурах.

## **8. Репутаційний менеджмент**

Ділова репутація як нематеріальний актив підприємства (фірми). Репутаційний капітал. Вартість ділової репутації (гудвіл).

Репутаційний менеджмент: сутність та функції. Аудит репутації. Моніторинг публічної думки про діяльність підприємства. Виявлення репутаційних ризиків.

Розроблення стратегії захисту і формування позитивної ділової репутації підприємства (фірми). Підтримка і захист ступеня довіри і лояльності споживачів та інших контактних аудиторій до підприємства (товарного знаку, марки).

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

Базилевич, В. Д. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку [Текст] : моногр. / В. Д. Базилевич, В. В. Ільїн. – К. : Знання, 2008. – 687 с.

Вступ до маркетингу [Текст] : конспект лекцій / авт. : Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, С. М. Макуха та ін.; за ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Нац. юрид. акад. України, 2008. – 71 с.

Економіка підприємства [Текст] : навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2011. – 208 с.

Конов, Ю. П. Рынок интеллектуальной собственности [Текст] / Ю. П. Конов, Л. П. Гончаренко. – М. : Экономика, 2010. – 540 с.

Конов, Ю. П. Экономика интеллектуальной собственности [Текст] : учеб. / Ю. П. Конов, Л. П. Гончаренко. – М. : Экономика, 2011. – 504 с.

Лукичева, Л. И. Управление интеллектуальным капиталом [Текст] / Л. И. Лукичева. – М. : Омега-Л, 2008. – 560 с.

Менеджмент : навч. посіб. / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, Т. М. Камінська та ін. ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2013. – 216 с.

Мухопад, В. И. Коммерциализация интеллектуальной собственности [Текст]: моногр. / В. И. Мухопад. – М. : Магистр: ИНФРА-М, 2010. – 512 с.

Мухопад, В. И. Маркетинг интеллектуальной собственности [Текст] / В. И. Мухопад. – М. : Магистр: ИНФРА-М, 2010. – 512 с.

Федулова, Л. І. Економіка знань [Текст] : підруч. / Л. І. Федулова. – К. : НАН України; Ін-т екон. та прогнозів. НАН України, 2009. – 480 с.

Федулова, Л. І. Інтелектуальна власність у національній інноваційній системі [Текст] : наук.-аналіт. доп. / Л. І. Федулова, Г. О. Андрощук, В. К. Хаустов ; НАН України, Ін-т економіки та прогнозування. – К., 2010. – 216 с.

Френц, М. Открытые и закрытые инновации: сравнительный анализ национальных практик [Электронный ресурс] / М. Френц, Р. Ламберт // Форсайт. – 2008. – Т. 2. – № 3. – С. 16-21. – Режим доступа : <http://www.ecsocman.hse.ru/text/23543519>.

Цибульов, П. М. Введення до інтелектуальної власності [Текст] : навч. посіб. / П. М. Цибульов. – К. : «Держ. Ін-т інтел. власн.», 2008. – 124 с.

Цибульов, П. М. Управління інтелектуальною власністю [Текст] / П. М. Цибульов. – К. : «Держ. Ін-т інтел. власн.», 2009. – 312 с.

Шевченко, Л.С. Конкурентное управление [Текст] : учеб. пособие. – Х. : Эспада, 2004. – 520 с.

Якимахо, А. П. Менеджмент интеллектуальной собственности [Текст]: учеб. / А. П. Якимахо, Н. В. Тихомирова, С. Н. Мальченко, Е. Л. Герасимов. – М. : НП «Центр развития современных образовательных технологий», 2010. – 390 с.

Ястремська, О. М. Інтелектуальна власність [Текст] : конспект лекцій / О. М. Ястремська, Д. О. Ріпка. – Х. : ХНЕУ, 2009. – 92 с.

Idra, R. The Complete Licensing Kit [Электронный ресурс] / Ron Idra, James L. Rogers. – Sphinx Publishing Naperville, Illinois, 2007. – 287 p. – Режим доступа : <http://www.mirknig.com>.