

# Игра: «Интеллект – Монетизация»

## «ИнтелМон»

Авторы:

Тюшев Юрий

Подгорнов Алексей



2014г.

# «ИнтелМон» -

это деловая игра  
И для умных,  
И для богатых,  
...И для красивых!



**ИнтелМон (с)** – это новая имитационная case-игра для большого количества участников, во время которой игроки, работая в командах, проходят все этапы коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности (РИД).

**Новая**, так как создана в 2014 году.

**Имитационная**, потому что моделирует в игре все процессы коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности (РИД).

Игра полностью построена на материале реального бизнеса.

**Командная**, поскольку все задачи внутри игры решаются командой участников от 5 до 8 человек.

**Большая** из-за того, что в ней могут участвовать от 30 до 120 человек.

**Case-игра** по причине того, что каждая команда решает серию задач из отдельного отраслевого кейса, то есть совершают действия по управлению интеллектуальной собственностью организации вполне конкретной отрасли экономики.

# Понятийный аппарат

**Интеллектуальный капитал** — знания, навыки и производственный опыт конкретных людей (человеческие авуары) и нематериальные активы, включающие патенты, базы данных, программное обеспечение, товарные знаки и др., которые производителю используются в целях максимизации прибыли и других экономических и технических результатов.

Сумма знаний всех работников компании и/или инструменты организации увеличивающие совокупность знаний, т.е. всё то, что обеспечивает экономическую конкурентоспособность.



# Понятийный аппарат

**РИД** – результат интеллектуальной деятельности

**МКД** – Методический комплект документов

**НИОКР** - научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы — совокупность работ, направленных на получение новых знаний и их практическое применение при создании нового изделия или технологии. ...



## **Подробнее об игре**

- **В игре участники погружаются в мир управления интеллектуальной собственностью компании.**
- **Каждый участник игры имеет возможность побывать в роли автора ноу-хау, оценщика РИДа и в роли бизнесмена на рынке интеллектуальной собственности.**
- **Эти роли имеют свою специфику, достаточно рискованны и включают в себя несколько возможных стратегий поведения.**
- **Выборка ролей не случайна. Она отражает системный процесс управления интеллектуальной собственностью компании или автора РИДа.**

## Подробнее об игре

На поле Игры постоянно происходят события, влияющие на «бизнес результаты» всех игровых столов на рынке интеллектуальной собственности. Таким образом, каждый игровой стол может:



- **Отследить** свои успешные стратегии и узнать еще не задействованный потенциал в своих подходах к управлению РИДами и их коммерциализации;
- **Оценить** эффективность своих бизнес-стратегий, применяемых в игре.



## Подробнее об игре

- **Игра «Интеллект Монетизация» динамична, увлекательна и универсальна, так как каждый раз меняется ее поле и варианты непредсказуемых событий.**



## Еще подробнее об игре

Игра «Интеллект монетизация» – **это увлекательная живая бизнес-симуляция**, которая дает возможность участникам попрактиковаться в управлении интеллектуальной собственностью. Содержательно симуляция «настраивается» на специфику практически любого бизнеса.

**Важно** – игра предлагает системный подход к управлению интеллектуальной собственностью.

Совместная игра участников дает возможность рассмотрения вопроса с разных ракурсов, служит **прекрасным тренажером креативного мышления.**

**Еще подробнее об игре**

**Игра может стать началом  
проекта по внедрению  
изменений в  
мировоззрении персонала  
компании.**



## Еще подробнее об игре

**Игра «Интеллект Монетизация» - это возможность закрытия «слепых зон», когда в ходе процесса открываются дополнительные возможности бизнеса за счет включения стоимости РИДов в стоимость продуктов компании, в стоимость самой компании.**

**Игровой процесс эффективный инструмент работы, в силу своей экологичности и психологической безопасности для участников.**



# Когда нужна игра?

**При старте нового направления в получении прибыли компании за счёт продажи интеллектуальной собственности (РИДов) – создание общего понимания, подготовка всех вовлеченных лиц и обеспечение успешного результата;**



# Когда нужна игра?

Когда нужно направить в единое русло энергию сотрудников, кто понимает важность коммерциализации интеллектуальной собственности и системы управления ею.



## Для чего нужна игра?

Для создания благоприятных условий в проектах, в которых интеллектуальная собственность является основным содержательным наполнением;

В случаях необходимости создания **единого понятийного аппарата** и улучшения коммуникаций между специалистами и руководством в работе с интеллектуальной собственностью;

Чтобы дополнить программу обучения по управлению активами компании;





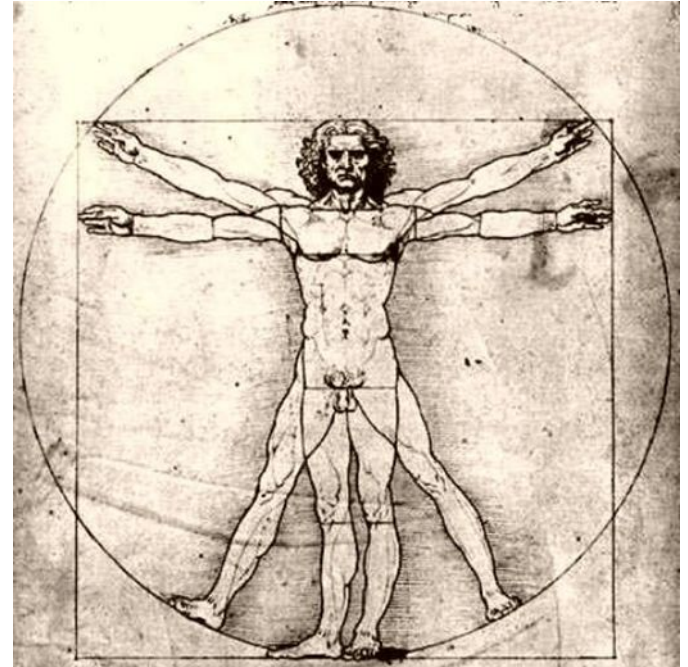
# Результаты игры





## **Ключевые результаты для компании:**

**«Интеллект Монетизация» (с) – это  
уникальный, универсальный  
инструмент «ликвидации  
безграмотности» и подготовки  
сотрудников к практической работе  
в сфере управления  
интеллектуальной собственностью  
в интересах бизнеса и создателей  
РИДов.**



## **Ключевые результаты для компании:**

- 1. Компания может обнаружить свои интеллектуальные продукты, которые можно включить в линейку товаров и услуг для продажи.**
- 2. Компания может получить импульс к развитию нового бизнес-направления, связанного с инновациями.**
- 3. Проверка гипотезы руководства (если она есть) об истинном инновационном потенциале компании.**
- 4. Можно проверить перспективы уже запущенного инновационного направления бизнеса.**
- 5. Можно получить «дорожную карту» инновационного направления бизнеса.**
- 6. Можно определить факторы, тормозящие или препятствующие движению на этом пути.**

## **Ключевые результаты для компании:**

7. Получает дополнительный ресурс в оценке и отборе лучших студентов.
8. Возможность идентифицировать, оценить и активизировать сотрудников, обладающих потенциалом к развитию и инновациям.
9. Получает дополнительный инструмент удержания ключевых сотрудников, нацеленных на развитие.
10. Устраняются психологические барьеры взаимодействия между «ветеранами» и молодёжью.
11. Игра, организованная с профильным ВУЗом, может стать началом совместного проекта разработки ноу-хау и коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности.

# Ключевые результаты для участников игры:

- **Уяснение** для себя того, что представляет из себя «рынок интеллектуальной собственности»;
- **Понимание** того, что такое процесс коммерциализации интеллектуальной собственности (ИС);
- **Определение** своей оптимальной роли в данном процессе;



# Результаты

## Ключевые результаты для участников игры:

- Преодоление психологических барьеров (страхов) в отношении к управлению интеллектуальной собственностью как к чему-то сложному и нереальному;
- Нарботанные контакты с сообществом производителей РИДов, экспертов по коммерциализации ИС региона;
- Опыт и навыки системного
- управления РИДами;



# Кейсы

В основе Игры лежат пакеты кейсов по отраслевым предприятиям:

1. Машиностроение;
2. Нефтедобыча, газодобыча, транспортировка и переработка;
3. Фармацевтика;
4. Технопарк;
5. Ритейл группы;
6. Оборонно-промышленный комплекс (продукция двойного назначения);
7. ФГУП Научные центры ОПК;
8. ВУЗы;
9. Агрохолдинг;
10. Логистические терминалы;
11. Ресторанный и гостиничный бизнес; И так далее ....



# Почему мы выбрали игровой метод?

Потому что в долгосрочной памяти большинства людей остаётся:

- 10% прочитанного
- 20% услышанного
- 30% увиденного
- 50% услышанного и увиденного
- 70% обсуждённого
- 90% проработанного в упражнениях и требующих действий самого участника

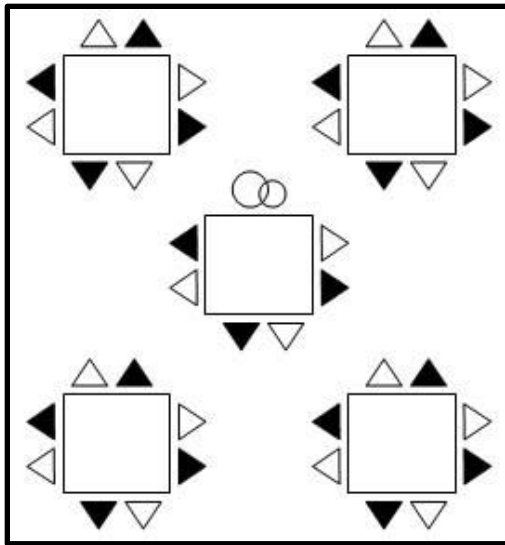
# Что нужно для организации игры?





# Схема игры

- Участники формируют команды по 5-8 человек за отдельными столами
- Каждая команда решает специальный кейс определенной отрасли



# Ход игры – 7 фаз

1 шаг: создают логотип своей компании

2 шаг: изучают кейсы и выбирают РИДы для защиты

3 шаг: определяют правообладателей РИДов

4 шаг: выбирают методы защиты РИДов

5 шаг: оценивают РИДы

6 шаг: упаковывают РИДы и разрабатывают стратегию их продвижения

7 шаг: разрабатывают коммерческое предложение (покупателю, инвестору и т. д.)

# Как организовать?

- Ролевое распределение ответственности:
  - Инициатор игры (продвигает игру в регионе своими рекомендациями и решениями)
  - Заказчик игры (бизнес финансирует проведение игры, направляют своих сотрудников на игру – 50% от состава группы)
  - Организатор игры (ВУЗ предоставляют помещения и инфраструктуру для проведения игры, готовят раздаточные материалы, организуют рекламу, направляют своих студентов на игру – 50% от состава группы)
  - Исполнитель игры (ведущие)

## Две версии игры:

- **Лайт – версия:**

- Облегченный вариант для 20-30 человек, проходит за 3 – 4 часа, не содержит всех компонентов, сильно стандартизированный вариант, раздатка в электронном виде, простой публичный вариант, стоимость небольшая (50 т.р.).

- **Версия №1:**

- Это большой формат – 100 человек, продолжительность 6-7 часов, реальные кейсы, которые требуют глубокого изучения, каждый участник работает с персональной рабочей тетрадью, коммуникация осуществляется через Интранет-сервер (WiFi), стоимость 300 т.р.

# Периодичность проведения игры

Периодичность проведения игры для ВУЗа от 2 до 4 игр в год.

Цель – как можно больше студентов вовлечь в игру в составе смешанных команд (студенты + преподаватели + сотрудники компаний работодателей ).

Для бизнеса интерес в поиске будущих сотрудников для своих предприятий с пониманием правил цивилизованного рынка интеллектуальной собственности.

Для ВУЗов интерес в обеспечения реальных перспектив взаимодействия с предприятиями региона в коммерциализации ИС.

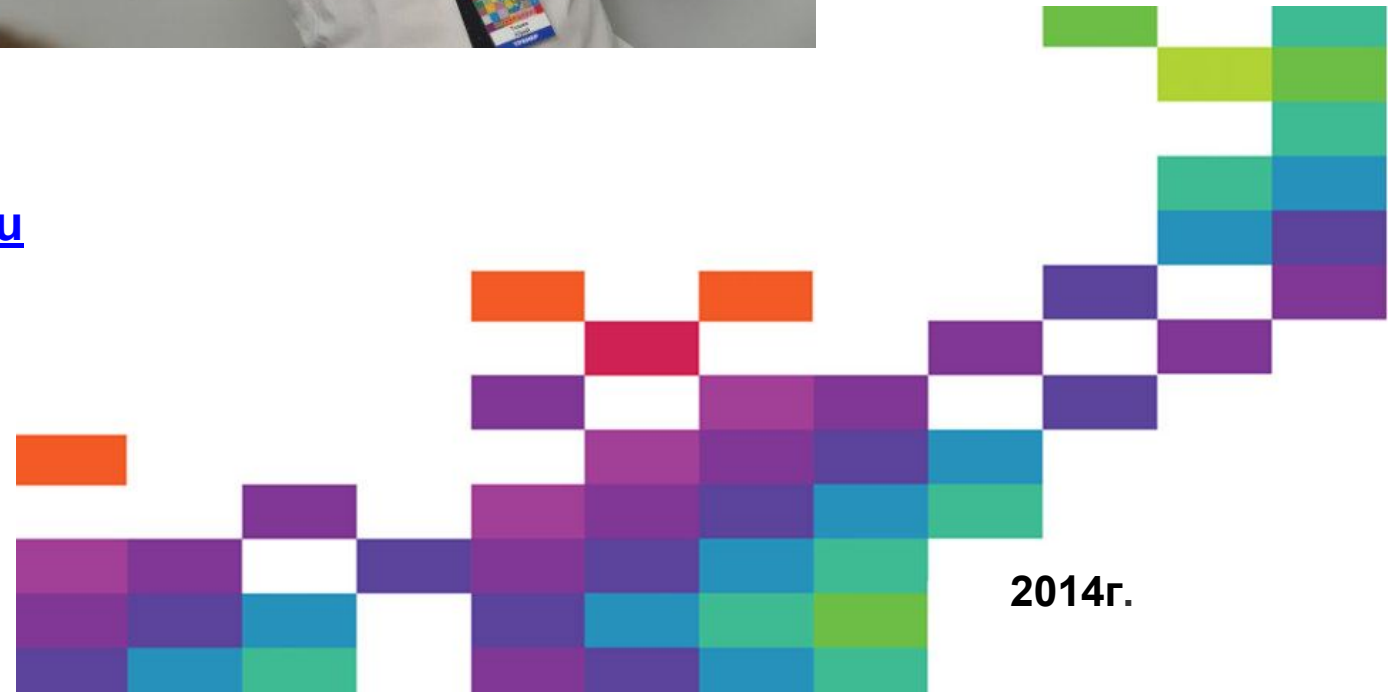
# Авторы –разработчики:



Подгорнов Алексей  
[apodgornov@rambler.ru](mailto:apodgornov@rambler.ru)  
+7 921 768 74 13



Тюшев Юрий  
[IM@profor.ru](mailto:IM@profor.ru)  
+79052824682



2014г.