

Формирование системы продвижения новых технологий



Выполнила: Печенина М.
А.

Проверил: Попов А.И.

Новые технологии как товар

- Проблемы коммерциализации российских технологий
- Преимущества коммерциализации российских технологий

Проблемы коммерциализации российских технологий



- Отсутствие ясных ориентиров для выбора направления поиска
- Сложность адекватной коммерческой оценки российских технологий
- Незавершенность большинства исследований
- Низкий уровень юридической грамотности
- Постепенная потеря мировых приоритетов Российских учёных в различных областях науки


Преимущества коммерциализации российских технологий

- Низкая активность
- Конверсия
- Дешевизна интеллектуальной собственности

Правила поиска новых технологий в России

- Искать коллективов учёных
- Уделять особое внимание наличию патентов и других охранных документов
- Учитывать степень завершённости исследований и готовности к внедрению в производство
- Наличие в составе группы учёных финансовых менеджеров является преимуществом
- Опыт работы по коммерциализации так же является преимуществом
- Активность и желание работать

Тактика поиска новых технологий



- Прямые контакты
- Интернет
- Патентные фирмы

Продвижение новых технологий



Продвижение технологий – это любая форма действий, используемых фирмой для информации, убеждений и напоминаний людям о своих товарах, услугах, образах, идеях общественной деятельности

Цель продвижения технологии



Цель продвижения состоит в
удовлетворении нужд
потребителей и получении
прибыли

Принципы продвижения новой технологии



- Наличие позитивной деловой репутации предприятия
- Наличие отлаженного механизма продвижения технологии на рынок

Виды продвижения

- Реклама
- Формирование общественного мнения
- Персональные продажи
- Стимулирование сбыта

Этапы продвижения



- Формулирование целей
- Оценка факторов
- Разработка стратегий
- Разработка бюджета
- Оценка

Методы продвижения



- Экономико-финансовые
- Социологические
- Психологические
- Антропологические
- Математические

Функции продвижения

- Аналитическая
- Диагностическая
- Целеполагающая
- Прогнозная
- Планирования
- Рекламная
- Контрольная

Система продвижения новых технологий



Система продвижения товара на рынок представляет собой совокупность инструментов направленного комплексного воздействия на внешнюю и внутреннюю среду предприятия, а также составляющих компонентов системы для достижения целей продвижения продукции и соответственно стратегических целей предприятия и решения оперативных задач.

Система продвижения новых технологий



Показатели результатов продвижения

- показатель эффективности
- относительный показатель затрат на мероприятия по продвижению
- показатель конкурентоспособности средств продвижения

Заключение



Организация системы продвижения технологий является одним из важнейших факторов социально-экономического развития национальной экономики.



Спасибо за
ВНИМАНИЕ