

Spis treści

Wstęp	9
1. Komercjalizacja, transfer oraz marketing wiedzy i technologii	15
1.1. Komercjalizacja i czynniki ją kształtujące	15
1.2. Proces komercjalizacji oraz transfer wiedzy i technologii – kontekst teoretyczny	25
1.3. Procesy komercjalizacji technologii i produktów w wybranych sektorach	45
1.4. Instrumenty marketingu nowych technologii	57
2. Czynniki warunkujące komercjalizację i strategie komercjalizacji w polityce regionalnej, przedsiębiorstwie i jednostce naukowo-badawczej	79
2.1. Infrastruktura i polityka technologiczna	79
2.2. Sieć współpracy, dostęp do kapitału, personel i kultura przedsiębiorczości	85
2.3. Strategie komercjalizacji w polityce regionalnej	90
2.4. Strategie komercjalizacji i transferu technologii w przedsiębiorstwie	95
2.5. Komercjalizacja technologii uniwersyteckich, przedsiębiorczość akademicka	116
2.6. Strategie komercjalizacji oraz transferu wiedzy i technologii jednostek naukowo-badawczych	124
3. Ocena wartości ekonomicznej technologii	139
3.1. Ocena wartości ekonomicznej technologii – podstawowe założenia	139
3.2. Metody oceny wartości ekonomicznej technologii	145
3.3. Ocena wartości ekonomicznej na rynku farmaceutycznym i medycznym	166
3.4. Wycena własności intelektualnej jako składnik oceny wartości ekonomicznej	175
4. Wybrane elementy procesu komercjalizacji wiedzy i technologii – stymulanty, bariery i metody oceny wartości ekonomicznej	191
4.1. Metodologia badań empirycznych	191
4.2. Czynniki stymulujące rozwój nowych technologii i tworzenie firm technologicznych ...	198
4.3. Komercjalizacja wyników badań i technologii – analiza empiryczna	209
4.4. Współpraca z nauką i biznesem, finansowanie w działalności rozwojowej organizacji innowacyjnych	221
4.5. Ocena możliwości wdrożeniowej projektu	231
4.6. Stymulanty i bariery w procesie komercjalizacji	237
5. Studia przypadków	245
5.1. Transfer nanotechnologii do firmy <i>spin-off</i> na przykładzie NPIN s.c.	248
5.2. Transfer wyników badań do przedsiębiorstwa innowacyjnego na przykładzie Grupy Straszów sp. z o.o.	258
5.3. Wprowadzenie nowej technologii na rynek przy globalnej konkurencyjności przedsiębiorstwa na przykładzie firmy Siarkopol SA	268
5.4. Umiędzynarodowienie technologii na przykładzie wynalazku drewnianych modułów budowlanych	276
5.5. Transfer technologii na przykładzie kina cyfrowego – Kino Charlie w Łodzi	287

Zakończenie	297
Załącznik 1. Kwestionariusz pomiaru ankiety online	305
Załącznik 2. Charakterystyka struktury populacji badanej	317
Bibliografia	319
Spis rysunków i tabel	341
Summary	345
Od Redakcji	347