

# اردوی تجاری سازی فناوری



پائیز و زمستان ۱۴۰۰

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## فهرست

۵	معرفی کلی سمانتکس
۶	خدمات سمانتکس
۷	معرفی آکادمی سمانتکس
۷	وجه تمایز آکادمی سمانتکس
۸	خدمات آموزشی آکادمی
۱۱	اردوی تجاری سازی
۱۲	محورهای اردوی تجاری سازی فناوری
۱۳	مخاطبان اردوی تجاری سازی فناوری
۱۳	نیاز موجود
۱۵	ضرورت برگزاری اردو
۱۶	مراحل تجاری سازی
۳۳	ملزومات مورد نیاز جهت برگزاری اردو
۳۳	ظرفیت اردو
۳۴	نمونه اردوی تجاری سازی فناوری های برگزار شده
۳۵	سوابق آموزشی
۴۲	برخی از مشتریان ما در حوزه آموزش



دنیای این روزها از انسان موجودی ساخته؛ شناور، میان فناوری‌های نو. ذهنی خلاق می‌طلبید تا از غاری تاریک پا به جهان امروز بگذاریم، جهانی که ساخته دست بشر بود و آینده نامیده شد. آینده‌ای که هرگز با ایده و بدون عمل جان نمی‌گرفت. حالا سمانتکس اینجاست برای ساختن آینده‌ای، پس از امروز.

---

## معرفی کلی سمانتکس

شرکت سمانتکس به پشتوانه سوابق مؤسس خود، آقای دکتر امید فدائی‌منش، در مسیر تعالی ایران عزیز و بهسازی تلاشگران عرصه‌های دانش‌بنیان؛ با مأموریت تجاری‌سازی فناوری‌ها و اختراعات، خلق محصولات کاربردی و ثروت‌آفرین را در این راستا دنبال می‌کند. مسیر تجاری‌سازی فناوری‌ها در سمانتکس، در تمامی مراحل از ارزیابی و ارزش‌گذاری تا جذب سرمایه‌گذار و فروش فناوری و حتی بازاریابی و فروش محصولات دانش‌بنیان ادامه می‌یابد.



## خدمات سمانتکس

خدمات مدیریت تجاری سازی و نوآوری

ارزیابی سطح بلوغ فناوری (TRL: Technology Readiness Level)

ارزش گذاری و قیمت گذاری فناوری

انجام مطالعات امکان سنجی (FS: Feasibility Studies)

تهیه طرح کسب و کار (BP: Business Plan)

طراحی مدل کسب و کار (BM: Business Model) فناوری

استقرار نظام نوآوری

آموزش (آکادمی سمانتکس)

خدمات مشاوره

## معرفی آکادمی سمانتکس

سمانتکس به پشتوانه سوابق موسس خود، آقای دکتر امید فدائی‌منش در این حوزه و تجربه موفق برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی و اردوهای فناوری؛ «آکادمی سمانتکس» را به طور ویژه به منظور پیگیری مأموریت آموزش فناوران، مخترعان، کارشناسان و مدیران حوزه‌های دانش‌بنیان و تجاری‌ساز؛ اعم از پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها، پژوهشکده‌ها، کارخانه‌های نوآوری، صندوق‌های خطرپذیر، شتابدهنده‌ها و... را راه‌اندازی نموده است.

## وجه تمایز آکادمی سمانتکس

عدم بیان مطالب به صورت صرفاً تئوریک و ارائه تجربیات کاری شرکت سمانتکس در قالب روایت‌کاوی (Case Study).

ارائه مشاوره ویژه به فراگیران، در کنار آموزش.

ارائه مفاهیم، مبتنی بر سرفصل‌های روز و استانداردهای جهانی (به واسطه ارتباط منسجم و انتقال دانش از مراکز آموزشی پیشرفته در اروپا و کانادا). انتقال تجربیات مدرس ارشد آکادمی (آقای دکتر امید فدائی‌منش) در همکاری با کشورهای اروپایی، کانادا و منطقه خاورمیانه.

### خدمات آموزشی آکادمی

دوره‌های آموزشی حضوری و مجازی

سمینار/ وبینار

کارگاه (Workshop) حضوری یا مجازی

اردوی تجاری‌سازی فناوری

ارائه سخنرانی در کنفرانس‌ها و همایش‌های مختلف



## فهرست عناوین سمینارها، کارگاه ها و دوره‌های آموزشی آکادمی سمانتکس

مدت زمان (ساعت)	عنوان	نوع
۶۸	استقرار نظام بهره‌ورسازی مراکز تجاری‌سازی	دوره حضوری / مجازی
۴	مفاهیم بنیادین در مالکیت معنوی	سمینار / وبینار
۸	مفاهیم طرح کسب و کار (BP: Business Plan) و امکان‌سنجی (FS: Feasibility Study) طرح‌های فناورانه	سمینار / وبینار
۸	ارزش‌گذاری فناوری (TV: Technology Valuation) و شرکت‌های دانش‌بنیان	کارگاه حضوری / مجازی
۴	نقش، وظایف و عارضه‌یابی مراکز تجاری‌سازی ایران	سمینار / وبینار
۴	ملاحظات قراردادهای واگذاری فناوری	کارگاه حضوری / مجازی
۴	سنجش سطوح آمادگی فناوری (TRL: Technology Readiness Levels)	سمینار / وبینار
۸	طراحی نوآورانه مدل کسب و کار (BM: Business Model)	سمینار / وبینار

مدت زمان (ساعت)	عنوان	نوع
۸	چالش‌ها و راهکارهای بازاریابی بین‌المللی و صادرات فناوری	سمینار / وبینار
۴	مفاهیم و مؤلفه‌های فناوری و دانش فنی	سمینار / وبینار
۴	شناسایی تیپ‌های شخصیتی فناور	سمینار / وبینار
۴	مذاکره و تعامل با مشتریان صنعتی (Business to Business)	سمینار / وبینار
۴	راهبردهای دهگانه تجاری‌سازی	سمینار / وبینار
۴	چالش‌ها و راهکارهای مذاکره فروش فناوری (زبان صنعت ایران)	سمینار / وبینار
۲۴	<b>تجاری‌سازی اختراعات و فناوری‌ها</b>	<b>اردو</b>
۴	تهیه و تدوین پیشنهادات (RFP: Request for Proposal) برای پروژه‌های دانش‌بنیان	سمینار / وبینار

## اردوی تجاری سازی

سمانتکس در زمینه تجاری سازی فناوری ها و با هدف ایجاد تحول بنیادین در فرآیند تجاری سازی دستاوردهای فناورانه سازمان های پژوهش محور، اقدام به طراحی و پیاده سازی اردوی تجاری سازی نموده است. در این اردو، تلفیقی نوین از آموزش های کاربردی و مشاوره گروهی صورت می گیرد.

در کنار تنوع تعاریف و الگوهای تجاری سازی، نکته باریکی نیز در این بین وجود دارد که الزاماً استفاده از فرآیندها و الگوهای تجاری سازی محصولات و فناوری های نوین در کشورهای پیشرفته جهان، منجر به تجاری سازی فناوری ها در کشورهای کمتر توسعه یافته نمی شود؛ چرا که عوامل و چالش های متعددی در کشورهای در حال توسعه بر سر راه تجاری سازی فناوری قرار دارد که بسیاری از آن ها در کشورهای توسعه یافته وجود ندارد.

به همین جهت الگوهای توسعه یافته در کشورهای غربی متناسب با زمینه محیطی آن کشورها است. به همین دلیل برای حل چالش های تجاری سازی فناوری در کشورهای در حال توسعه نظیر ایران، که اغلب به دلیل واردات بی رویه فناوری، بخش خصوصی از سرمایه گذاری در حوزه تحقیق و توسعه طفره رفته و انجام این مهم را بر عهده مؤسسات تحقیقاتی دولتی قرار داده است، باید با

شناخت مراحل تجاری سازی فناوری در داخل کشور، ضمن ارائه آموزش و مشاوره لازم در این زمینه، همراهی با پژوهشگران و فناوران در هر یک از مراحل اجرای فرآیند تجاری سازی انجام گردد.

#### ❖ محورهای اردوی تجاری سازی فناوری

- ♦ مدیریت فناوری، مالکیت معنوی و حمایت های قانونی از آن
- ♦ انتقال فناوری
- ♦ بازاریابی، فروش و مذاکره فناوری
- ♦ تکمیل فرآیند تجاری سازی و درآمدزایی
- ♦ قابلیت های تجاری سازی دستاوردهای پژوهشی
- ♦ تعیین آمادگی (TRL) و ارزش گذاری فناوری (TV)
- ♦ ارزیابی و تدوین طرح کسب و کار (BP)
- ♦ معرفی فناوری و جذب سرمایه گذار

## ❖ مخاطبان اردوی تجاری سازی فناوری

- ♦ پژوهشگران و فناوران
- ♦ اعضای هیئت علمی
- ♦ صاحبان ایده
- ♦ دانشگاه‌ها، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و پژوهشگاه‌ها و پژوهشکده‌ها
- ♦ صنایع فناور و شرکت‌های دانش بنیان

## نیاز موجود

سازمان‌های دانش‌بنیان فعال در سطح کشور، علیرغم دستاوردهای علمی بی‌نظیر در زمینه‌های تخصصی با مشکلات عدیده‌ای مواجه هستند که بخش عمده‌ای از آن‌ها ناشی از حاکم شدن روحیه و نوع نگاه دولتی (وابسته به نفت) به توسعه و تجاری‌سازی فناوری می‌باشند. شرایط مراکز پژوهشی و دانشگاهی در حال حاضر به‌گونه‌ای نیست که افرادی با دانش و مهارت‌های مناسب در حوزه‌های مدیریت، کسب‌وکار، بازاریابی، فروش، مالی و ... را در خود پرورش داده و یا جذب و نگهداری کنند یا این‌که بسیاری از پژوهشگران و فناوران خود را متولی تمام مراحل توسعه فناوری در حوزه کاری خود می‌دانند و مجالی برای نقش‌آفرینی دیگران علی‌الخصوص بخش خصوصی باز نمی‌کنند و ...

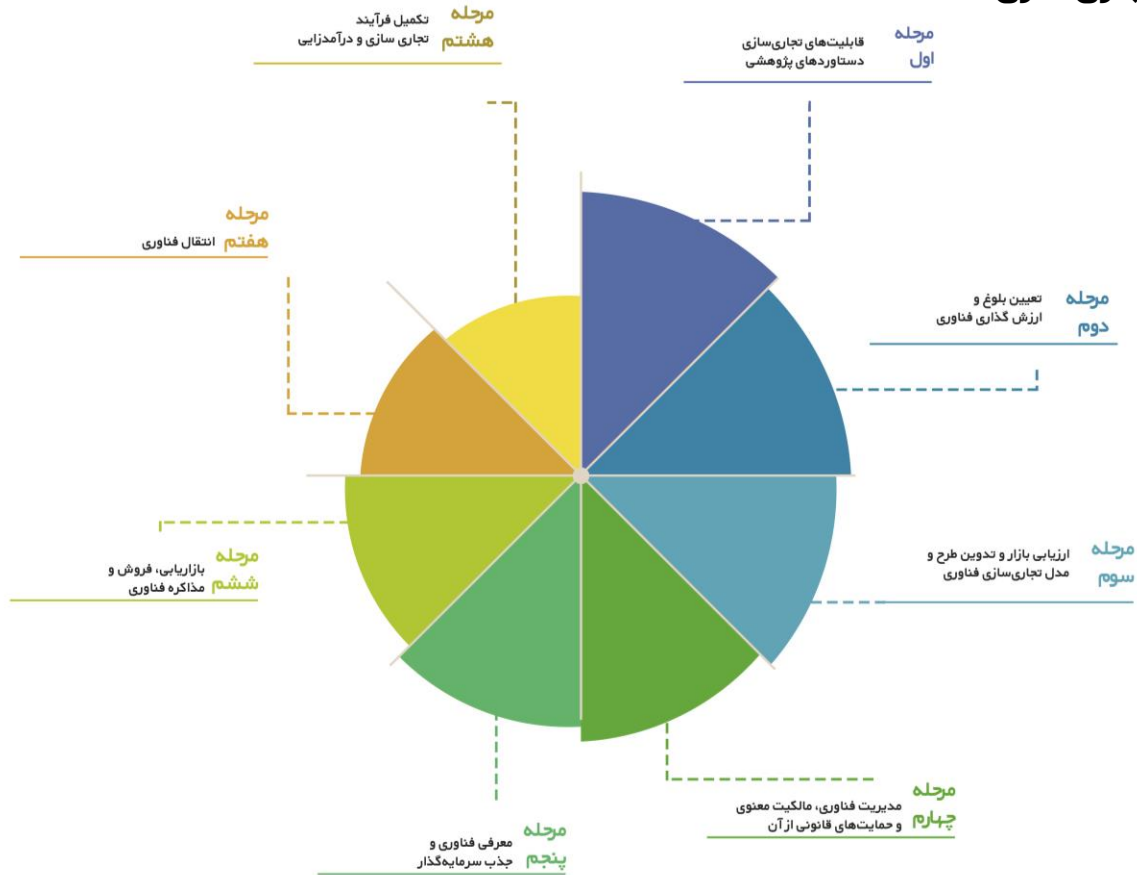
از سویی دیگر بازار فناوری با بازار محصولات و خدمات بسیار متفاوت است. معمولاً اثبات قابلیت‌های فناوری به مشتریان بالقوه دشوار است و ساز و کارهای خاص خود را می‌طلبد. قیمت‌گذاری فناوری به کلی با قیمت‌گذاری محصول و خدمت تفاوت دارد. حجم و نوع اطلاعاتی که تأمین‌کننده فناوری می‌تواند در اختیار شرکت‌های همکار و مشتریان بالقوه قرار دهد باید با دقت تعیین شود و کوچک‌ترین اشتباهی باعث می‌شود که کل بازار فناوری مربوطه برای همیشه از بین برود. فرآیندهای سازمانی و ارتباطات شرکت‌های تأمین‌کننده فناوری متفاوت است. در کسب‌وکار فناوری محور به توانمندی‌هایی چون آینده‌نگاری فناوری، رصد فناوری، برنامه‌ریزی فناوری، مدیریت نوآوری، مدیریت مالکیت فکری، مدیریت شبکه‌های نوآوری، مستندسازی فناوری و ... نیاز است که برای بیشتر فناوران ایرانی ناشناخته هستند.

در حال حاضر بسیاری از مؤسسات پژوهشی و فناوری کشور ما با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند و رکود اقتصادی، تحریم‌های بین‌المللی و کاهش درآمدهای کشور نیز نقش این سازمان‌ها را هر چه بیشتر دستخوش تغییر کرده است. از این‌رو تجاری‌سازی فناوری برای دستیابی به منابع مالی بیشتر در کنار امکان کاهش بودجه‌های دولتی با توجه به مشکلات مالی که این روزها دولت با آن دست و پنجه نرم می‌کند، به موضوعی کلیدی برای این نوع سازمان‌ها بیش از پیش بدل شده است.

## ضرورت برگزاری اردو

در کنار تنوع تعاریف و الگوهای تجاری‌سازی، نکته ظریفی نیز وجود دارد که الزاماً استفاده از فرآیندها و الگوهای تجاری‌سازی محصولات و فناوری‌های نوین در کشورهای پیشرفته جهان، منجر به تجاری‌سازی فناوری‌ها در کشورهای کمتر توسعه‌یافته نمی‌شود چرا که عوامل و چالش‌های متعددی در کشورهای در حال توسعه بر سر راه تجاری‌سازی فناوری قرار دارد که بسیاری از آن‌ها در کشورهای توسعه‌یافته وجود ندارد. به همین جهت الگوهای توسعه‌یافته در کشورهای غربی متناسب با زمینه محیطی آن کشورها هست. به همین دلیل برای حل چالش‌های تجاری‌سازی فناوری در کشورهای در حال توسعه نظیر ایران، که اغلب به دلیل واردات بی‌رویه فناوری، بخش خصوصی از سرمایه‌گذاری در حوزه تحقیق و توسعه طفره رفته و انجام این مهم را بر عهده مؤسسات تحقیقاتی دولتی قرار داده است، باید با شناخت مراحل تجاری‌سازی فناوری در داخل کشور، ضمن ارائه آموزش و مشاوره لازم در این زمینه، همراهی با پژوهشگران و فناوران در هر یک از مراحل اجرای فرایند تجاری‌سازی انجام گردد.

## مراحل تجاری سازی





❖ **مرحله اول: قابلیت‌های تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی**

❖ **آموزش و مشاوره:** واحدهای صنعتی و تجاری فقط در صورتی حاضر به تخصیص بودجه توسعه یا خرید فناوری هستند که یافته‌های پژوهشی قابلیت تجاری شدن داشته‌باشند. ویژگی‌ها و الزامات تحقیق و توسعه تجاری محور و ارزش‌آفرین به لحاظ اقتصادی در این بخش تشریح می‌گردند.

✚ **دستاورد: امکان‌سنجی پیرامون تجاری‌سازی فناوری (PreFS)**

❖ مرحله دوم: تعیین بلوغ و ارزش‌گذاری فناوری

♦ آموزش و مشاوره: اولین گام در تجاری‌سازی فناوری، معرفی آن به مخاطبان است و بازار فناوری تفاوت‌های زیادی با بازار محصولات و خدمات دارد. معمولا تعیین سطح بلوغ فناوری (TRL) و اثبات قابلیت‌های آن در هر سطح به مشتریان دشوار است. در ضمن شیوه‌های ارزش‌گذاری فناوری نیز با قیمت‌گذاری سایر محصولات تفاوت دارد.

✚ دستاوردها: تعیین سطح بلوغ فناوری (TRL) و قیمت‌گذاری دانش فنی ( Technology Valuation )

## ❖ مرحله سوم: ارزیابی بازار و تدوین طرح و مدل کسب و کار

❖ آموزش و مشاوره: هنگامی که فناوری تصمیم به تجاری‌سازی فناوری دارد، احتمالاً با فضایی مبهم روبه‌رو می‌شود که تصمیم‌گیری در ورود به بازار روشی بسیار کارآمد است که نبض بازار را در اختیار فناوران قرار می‌دهد. پس از ارزیابی بازار و توسعه استراتژی تجاری اولیه، طرح تجاری‌سازی فناوری تدوین می‌گردد. تدوین طرح و مدل کسب و کار در این بخش آموزش داده خواهد شد.

✚ دستاورد: توسعه طرح کسب و کار (Business Plan) و مدل کسب و کار (Business Model)

❖ **مرحله چهارم: مدیریت فناوری، مالکیت معنوی و حمایت‌های قانونی از آن**

♦ **آموزش و مشاوره:** در این بخش آموزش مفاهیم مالکیت معنوی، تعریف و انواع مالکیت معنوی، مدیریت مالکیت معنوی، تعریف انواع دارایی‌های معنوی، تعریف و تشریح تفاوت‌های علم، دانش فنی، دانش فناورانه و فناوری، انواع دانش چگونگی، تعریف دانش تجاری شده، ارتباط فناوری و دارایی‌های معنوی آموزش داده خواهد شد.

✚ **دستاورد: ملاحظات کاربردی در ثبت مالکیت فناوری (Patent)**

## ❖ مرحله پنجم: معرفی فناوری و جذب سرمایه‌گذاری

❖ آموزش و مشاوره: نوع و نحوه ارائه اطلاعات مربوط به فناوری به منظور جذب حامی مالی در توسعه فناوری بسیار حساس است. بنابراین فناوری می‌بایست پیرامون نحوه معرفی فناوری و مکانیزم‌های جذاب و مورد نظر سرمایه‌گذار آگاهی پیدا کند. این بخش شامل شاخص‌های بازار و مالی و اقتصادی است که در کنار جنبه‌های هنری و ملاحظات مهندسی (ابزارهای تبلیغاتی و نرم افزاری مانند پاورپوینت) تهیه بسته‌ای موثر و جذاب را آموزش می‌دهد.

✚ دستاورد: توسعه کیفی بسته معرفی فناوری

## ❖ مرحله ششم: بازاریابی، فروش و مذاکره فناوری

♦ **آموزش و مشاوره:** علاوه بر ارائه ۱۰ لوح فشرده (DVD) آموزشی با تدریس آقای دکتر امید فدائی‌منش به شرکت‌کنندگان با عناوین فروش به سبک ایرانی، مهارت‌های ارتباطی و مذاکره، مبانی جامعه‌شناسی ایرانی، مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM)، مبانی مدیریت بازاریابی، روانشناسی ارتباط با مشتریان، نشان آفرینی (Branding) در ایران، مبانی بازاریابی خدمات، بازاریابی و فروش تلفنی و کاربردهای زبان بدن، آموزش‌های لازم در خصوص مذاکره انتقال و واگذاری فناوری داده خواهد شد.

✚ **دستاوردها:** برگزاری کارگاه نقش‌آفرینی (Role Playing) با موضوع مذاکره فناوری

## ❖ مرحله هفتم: انتقال فناوری

❖ آموزش و مشاوره: زمانی که فناوری و شریک تجاری پس از انجام مذاکرات به توافق رسیدند، نیاز به تنظیم توافق نامه‌های هست که منعکس کننده شرایط واگذاری فناوری باشد. این موافقت نامه شامل بخش‌های: مجوز بهره‌برداری، حق امتیاز، حقوق صاحبان سهام، ثبت اختراع و هزینه‌های ثابت، نقطه سر به سر و ... می‌باشد که در این بخش آموزش داده خواهد شد.

✚ دستاوردها: تنظیم قرارداد انتقال فناوری

## ❖ مرحله هشتم: تکمیل فرآیند تجاری سازی و درآمدزایی

♦ **آموزش و مشاوره:** مسیر عرضه محصول به مشتریان با توجه به ماهیت آن و ویژگی‌های بازار بسیار متفاوت است. در برخی از محصولات مستلزم همکاری مداوم فناور با شریک تجاری جهت توسعه و بهبود مستمر محصول می‌باشد و در برخی دیگر خیر.

در آخرین بخش از کارگاه نحوه تعامل فناور با شریک تجاری پس از انتقال فناوری به منظور تجاری سازی و درآمدزایی مورد بحث قرار می‌گیرد.

✚ **دستاورد: تبیین راهکارهای عملیاتی تعامل با شریک تجاری فناوری**



## رویه اجرای اردوی تجاری سازی فناوری

این پروژه تحت عنوان «اردوی تجاری سازی فناوری» در ۳ روز متشکل از مراحل و عناوین زیر می باشد:

### روز اول

قابلیت های تجاری سازی دستاوردهای پژوهشی واحدهای صنعتی و تجاری فقط در صورتی حاضر به تخصیص بودجه توسعه یا خرید فناوری هستند که یافته های پژوهشی قابلیت تجاری شدن داشته باشند. در این گام فناوری ها از لحاظ قابلیت های تجاری شدن و ایجاد ارزش افزوده مالی مورد بررسی قرار می گیرند.

## داده‌های اخذ شده از فناور در این مرحله شامل:

- ♦ کاربرد فناوری
- ♦ بازار هدف
- ♦ مزیت نسبی و مزیت رقابتی فناوری نسبت به فناوری مشابه
- ♦ مجوزها و استانداردهای مورد نیاز فناوری
- ♦ هزینه تولید فناوری، مدت زمان تولید فناوری
- ♦ میزان تولید سالیانه (پس از بهره برداری)

♦ دستاورد این مرحله امکان سنجی پیرامون تجاری سازی فناوری (PreFS) می باشد.

## تعیین آمادگی و ارزش‌گذاری فناوری

دومین گام در تجاری‌سازی فناوری، تعیین سطح آمادگی و ارزش‌گذاری فناوری است. تعیین سطح آمادگی فناوری به منظور کاهش ریسک پروژه‌های فناوری و تعدیل هزینه‌های ناشی از آزمون فناوری‌ها و پروژه‌های ارتقای فناوری می‌باشد. قیمت‌گذاری با هدف حداکثر کردن سود، افزایش سهم بازار، افزایش کیفیت، ادامه حیات و یا افزایش قیمت بازار صورت می‌گیرد. استفاده از فناوری موجب خلق ثروت خواهد شد و میزان این ثروت ایجاد شده، قیمت فناوری را تعیین می‌کند.

### ❖ داده‌های اخذ شده از فناور در این مرحله شامل:

- ❖ قیمت فناوری‌های مشابه در بازار ایران یا خارج
- ❖ میزان سودآوری برای بهره‌بردار فناوری
- ❖ هزینه‌های تولید بهره‌مدیریت فناوری
- ❖ مالکیت معنوی و حمایت‌های قانونی از آن در این بخش ضمن آموزش تخصصی مفاهیم مالکیت معنوی
- ❖ تعریف و انواع مالکیت معنوی

- ♦ مدیریت مالکیت معنوی
- ♦ تعریف و انواع دارایی‌های معنوی
- ♦ تعریف و تشریح تفاوت‌های علم
- ♦ دانش فنی، دانش فناورانه و فناوری
- ♦ انواع دانش چگونگی، تعریف دانش تجاری شده
- ♦ ارتباط فناوری و دارایی‌های معنوی

• مشاوره لازم در زمینه بکارگیری ملاحظات کاربردی در ثبت مالکیت فناوری ارائه خواهد گردید.

✚ دستاورد این مرحله، ملاحظات کاربردی در ثبت مالکیت فناوری می‌باشد.

## روز دوم

### معرفی فناوری و جذب سرمایه‌گذار

نوع و نحوه ارائه اطلاعات مربوط به فناوری به منظور جذب حامی مالی در توسعه فناوری بسیار حساس است. بنابراین فناور می‌بایست پیرامون نحوه معرفی فناوری و مکانیزم‌های جذاب و مورد نظر سرمایه‌گذار آگاهی پیدا کند. این بخش شامل شاخص‌های بازار و مالی و اقتصادی است که در کنار جنبه‌های هنری و ملاحظات مهندسی (ابزارهای تبلیغاتی و نرم افزاری مانند پاورپوینت) تهیه بسته‌ای موثر و جذاب را آموزش می‌دهد.

تدوین محتوا و توسعه کیفی بسته، بروشور، وبسایت، شرح خدمات، فرآیند تولید، نحوه تعامل با مشتریان و ... در این گام انجام خواهد گردید.

✚ دستاورد این مرحله، توسعه کیفی بسته معرفی فناوری می‌باشد.

## ارزیابی و تدوین طرح کسب و کار

هنگامی که فناور تصمیم به تجاری‌سازی فناوری دارد، احتمالاً با فضایی مبهم روبه‌رو می‌شود که تصمیم‌گیری در ورود به بازار را بسیار پرخطر می‌نماید. ارزیابی واقعی بازار که تحت عنوان تحقیقات بازار از آن یاد می‌شود، روشی بسیار کارآمد است که نبض بازار را در اختیار فناوران قرار می‌دهد. پس از ارزیابی بازار و توسعه استراتژی تجاری اولیه، در این گام طرح تجاری‌سازی فناوری تدوین می‌گردد.

داده‌های اخذ شده از فناور در این مرحله شامل:

میزان کل سرمایه لازم برای تولید (بهره برداری) فناوری، میزان عرضه و تقاضای فناوری درایران و خارج، میزان تسهیلات مورد نیاز فناور جهت بهره‌برداری از فنوری و دستاورد این مرحله توسعه طرح کسب و کار (Business Plan) و مدل کسب و کار (Business Model) می‌باشد.

## روز سوم

### انتقال فناوری

زمانی که فناور و شریک تجاری پس از انجام مذاکرات به توافق رسیدند، نیاز به تنظیم و تبادل توافق‌نامه‌ای هست که منعکس‌کننده شرایط واگذاری فناوری باشد. این موافقت‌نامه شامل بخش‌های مجوز بهره‌برداری، حق امتیاز، حقوق صاحبان سهام، ثبت اختراع و هزینه‌های ثابت، نقطه سر به سر و... می‌باشد که در این گام به صورت تخصصی نظارت فنی و حقوقی بر مراحل تنظیم قرارداد انتقال فناوری صورت خواهد گرفت.

### بازاریابی، فروش و مذاکره فناوری

پس از طی گام پنجم پروژه، فناوری‌ها به مرحله‌ای رسیده‌اند که قابلیت بازاریابی و انجام مذاکرات فروش را دارا می‌باشند. امروزه مذاکره به عنوان یکی از ابزارهای پرکاربرد در روابط اقتصادی روزمره نقشی دوچندان یافته است. تسلط به اصول و فنون بازاریابی، فروش و مذاکره نقش کلیدی در موفقیت طرح‌های تجاری ایفا می‌کند و امروزه بسیاری از شرکت‌ها جهت برنده شدن در عرصه

تجارت، از متخصصین زبده در امر مذاکرات تجاری بهره می‌گیرند. در این گام مهم از مراحل تجاری‌سازی فناوری علاوه بر آموزش تئوری و عملی، ارائه مشاوره‌های مورد نیاز فناوران صورت خواهد گرفت. لازم به ذکر است فناور می‌بایست قبل از برگزاری اردو مباحث مربوط به مبانی مدیریت بازاریابی و مهارت‌های ارتباطی و مذاکره را از بسته آموزشی دریافت شده از بنیاد توسعه مدیریت مطالعه نماید.

### تکمیل فرآیند تجاری‌سازی و درآمدزایی

مسیر عرضه محصول به مشتریان با توجه به ماهیت آن و ویژگی‌های بازار بسیار متفاوت است. در برخی از محصولات مستلزم همکاری مداوم فناور با شریک تجاری جهت توسعه و بهبود مستمر محصول می‌باشد و در برخی دیگر خیر. در آخرین گام از فرآیند تجاری‌سازی نحوه تعامل فناور با شریک تجاری پس از انتقال فناوری به منظور تجاری‌سازی و درآمدزایی و همچنین پشتیبانی و نظارت فنی مورد نیاز انجام خواهد گردید.



## ملزومات مورد نیاز جهت برگزاری اردو

ملزومات مورد نیاز جهت برگزاری اردو عبارت است از:

وایت برد، ویدیو پروژکتور، لپ تاپ به ازای هر فناوری/ایده و دسترسی به اینترنت.

## ظرفیت اردو

تعداد ۱۵ فناوری برای حضور در یک اردوی سه روزه تجاری سازی فناوری می تواند مطلوب باشد و بیش از آن کیفیت اردو را کاهش می دهد.



## نمونه اردوی تجاری سازی فناوری های برگزار شده

این اردو با هدف افزایش اثربخشی تجاری سازی دستاوردهای فناورانه پژوهشگران با حضور اعضای هیئت علمی و مدیران شرکت های مرکز رشد در موسسه علوم و فناوری رنگ و پوشش در دانشگاه شهید رجائی برگزار گردید.

در این اردو ۸ مرحله تجاری سازی فناوری با تمرکز بر فناوری های ارائه شده مورد بررسی قرار گرفت.



جهت کسب اطلاعات بیشتر در رابطه با  
اردوی تجاری سازی فناوری اسکن کنید.



## سوابق آموزشی

مدت زمان (ساعت)	تاریخ	عنوان دوره/ سمینار/ سخنرانی	محل برگزاری	ردیف
۴	خرداد ۸۹	تجاری سازی (Commercialization) فناوری	پژوهش و فناوری پتروشیمی	۱
۸	شهریورماه ۹۲	مفاهیم و فرآیندهای تجاری سازی (Commercialization)	جهاد دانشگاهی صنعتی شریف	۲
۱	دی ماه ۹۲	نوآوری در مدیریت هزینه	سومین کنفرانس مدیریت هزینه	۳
۸	اسفند ۹۲	قیمت گذاری فناوری	مرکز رشد دانشگاه تبریز	۴
۱۶	خرداد ۹۳	دوره مدیریت فناوری - سطح یک شامل سمینارهای: مفاهیم مالکیت معنوی و فناوری مبانی مدیریت فناوری و مباحث راهبردی مرتبط مبانی و فرآیندهای انتقال فناوری	بنیاد توسعه مدیریت فدائی منش	۵
۱۶	مرداد ۹۳	تجاری سازی، تبدیل علم به ثروت	بنیاد توسعه مدیریت فدائی منش	۶
۱۶	شهریور ۹۳	دوره مدیریت فناوری بخش دو شامل سمینارهای: اصول مذاکره در انتقال فناوری قیمت گذاری دانش فنی قراردادهای انتقال فناوری	بنیاد توسعه مدیریت فدائی منش	۷

مدت زمان (ساعت)	تاریخ	عنوان دوره / سمینار / سخنرانی	محل برگزاری	ردیف
۶	دی ۹۳	ارزش‌گذاری فناوری	بنیاد ملی مینا	۸
۱	اسفند ۹۳	بازاریابی و فروش محصولات فناورانه	شرکت زیست فرآیند پارس	۹
۸	اردیبهشت ۹۴	تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشگاه مهندسی ژنتیک	پژوهشگاه ملی مهندسی ژنتیک	۱۰
۳۲	تیر ۹۴	دوره مدیریت فناوری شامل سمینارهای: اصول مذاکره در انتقال فناوری قیمت‌گذاری دانش فنی قراردادهای انتقال فناوری مفاهیم مالکیت معنوی و فناوری مبانی مدیریت فناوری و مباحث راهبردی مرتبط مبانی و فرآیندهای انتقال فناوری	پژوهشگاه ملی مهندسی ژنتیک	۱۱

مدت زمان (ساعت)	تاریخ	عنوان دوره / سمینار / سخنرانی	محل برگزاری	ردیف
۳۲	اسفند ۹۴	دوره مدیریت فناوری - بخش اول و دوم شامل سمینارهای: اصول مذاکره در انتقال فناوری قیمت‌گذاری دانش فنی قراردادهای انتقال فناوری مفاهیم مالکیت معنوی و فناوری مبانی مدیریت فناوری و مباحث راهبردی مرتبط مبانی و فرآیندهای انتقال فناوری	دانشگاه سیستان و بلوچستان	۱۲
۲	آبان ۹۵	مقدمات فناوری و تجاری‌سازی	موسسه پژوهشی علوم فناوری رنگ و پوشش	۱۳
۱۶	آذر ۹۵	تجاری‌سازی فناوری‌ها	معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری	۱۴
۴	آذر ۹۵	چالش‌ها و مهارت‌های مذاکره فروش فناوری (مبتنی بر زبان صنعت)	جهاد دانشگاهی صنعتی شریف	۱۵
۸	دی ۹۵	مفاهیم تجاری‌سازی	موسسه پژوهشی علوم فناوری رنگ و پوشش	۱۶

مدت زمان (ساعت)	تاریخ	عنوان دوره/ سمینار/ سخنرانی	محل برگزاری	ردیف
۲۴	دی ۹۵	اردوی تجاری سازی فناوریها	موسسه پژوهشی علوم فناوری رنگ و پوشش (در سالن همایش های دانشگاه رجوی)	۱۷
۸	بهمن ۹۵	چالش ها و راهکارهای صادرات فناوری	جهاد دانشگاهی صنعتی شریف	۱۸
۴	بهمن ۹۵	سنجش آمادگی سطوح فناوری (TRL موشکافانه)	جهاد دانشگاهی صنعتی شریف	۱۹
۱۶	اردیبهشت ۹۶	استقرار و بهره‌ورسازی مراکز تجاری سازی (بخش مقدماتی): نقش، وظایف و عارضه‌یابی مراکز تجاری سازی در ایران مفاهیم و تعاریف مولفه‌های فناوری و دانش فنی و سنجش سطوح آمادگی فناوری (TRL) مفاهیم طرح کسب و کار (BP) و امکان‌سنجی طرح‌های فناورانه (FS)	جهاد دانشگاهی صنعتی شریف	۲۰
۸	اردیبهشت ۹۶	روایت‌کاوی مدل‌سازان کسب و کار (Business Model)	جهاد دانشگاهی صنعتی شریف	۲۱
۱	اردیبهشت ۹۶	مدل‌های نوین کسب و کار (Business Model) در صنعت ساختمان	هتل میثاق مشهد	۲۲

مدت زمان (ساعت)	تاریخ	عنوان دوره/ سمینار/ سخنرانی	محل برگزاری	ردیف
۱۶	تیر ۹۶	استقرار و بهره‌ورسازی مراکز تجاری‌سازی (بخش متوسطه): شناسایی تیپ‌های شخصیتی دانشجویان و مفاهیم مدل‌های کسب و کار (BM) ارزش‌گذاری فناوری (TV)، مذاکره فروش فناوری و تعامل با مشتریان صنعتی (B2B)	جهاد دانشگاهی صنعتی شریف	۲۳
۱۶	مرداد ۹۶	استقرار و بهره‌ورسازی مراکز تجاری‌سازی (بخش پیشرفته): راهبردهای تجاری‌سازی و ملاحظات قراردادهای واگذاری فناوری چالش‌ها و راهکارهای بازاریابی و صادرات فناوری	جهاد دانشگاهی صنعتی شریف	۲۴
۱۶	مرداد ۹۶	مدیریت نوآوری در ارزیابی ایده‌ها و خلق محصول موفق (ویژه شرکت‌های غذایی و لبنی)	جهاد دانشگاهی صنعتی شریف	۲۵
۱۶	شهریور ۹۶	مدیریت فناوری	پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات	۲۶
۸	آذر ۹۶	کارگاه مدل‌های نوین کسب و کار بانک و بیمه	جهاد دانشگاهی صنعتی شریف	۲۷

مدت زمان (ساعت)	تاریخ	عنوان دوره/ سمینار/ سخنرانی	محل برگزاری	ردیف
۳	آذر ۹۶	چالش‌ها و راهکارهای تجاری‌سازی فناوری در ایران	مرکز رشد واحدهای فناور شهرستان مرند	۲۸
۲	آذر ۹۶	چالش‌های تجاری‌سازی بر پایه فناوری و نوآوری در ایران	مرکز رشد واحدهای فناور شهرستان مرند	۲۹
۲	اسفند ۹۶	اصول و چالش‌های تجاری‌سازی فناوری	شرکت ملی پخش و پالایش فرآورده‌های نفتی	۳۰
۴	اردیبهشت ۹۷	مفاهیم مدل‌سازی کسب و کار	کوشا معدن	۳۱
۱	مهر ۹۷	نقش، تعریف و جایگاه فناوری در صنایع غیر فلزی و معدنی	مرکز همایش‌های صدا و سیما (کنفرانس بازار صنایع غیر فلزی ایران و فناوری‌های مرتبط)	۳۲
۲	دی ۹۷	فروش با محور صادرات فناوری و محصولات دانش‌بنیان	پارک فناوری پردیس	۳۳
۸	آبان ۹۸	مفاهیم مدل‌های کسب و کار	شرکت ایمن تیار	۳۴
۱۶	بهمن ۹۹	تجاری‌سازی فناوری و اختراعات	شرکت پتروشیمی جم	۳۵
۸	خرداد ۱۴۰۰	مطالعات امکان‌سنجی طرح‌های فناورانه (FS) و مفاهیم طرح کسب و کار (BP)	پژوهشگاه علوم و فنون هسته‌ای	۳۶



مدت زمان (ساعت)	تاریخ	عنوان دوره/ سمینار/ سخنرانی	محل برگزاری	شماره
۴	شهریور ۱۴۰۰	سنجش سطوح آمادگی فناوری TRL	پژوهشگاه علوم و فنون هسته‌ای	۳۷
۸	مهر ۱۴۰۰	ارزش‌گذاری فناوری (TV) و محصولات فناورانه	پژوهشگاه فضایی ایران	۳۸
۴	مهر ۱۴۰۰	تهیه و تدوین درخواست ارائه پیشنهاد انجام پروژه (RFP) و درخواست ارائه قیمت (RFQ)	پژوهشگاه علوم و فنون هسته‌ای	۳۹

## برخی از مشتریان ما در حوزه آموزش





پارک علم و فناوری  
آذربایجان شرقی





[semantex.ir](http://semantex.ir)



[semantex\\_ir](https://www.instagram.com/semantex_ir)



۰۲۱-۸۶۱۷۵۰۶۴



[semantex.ir](https://www.youtube.com/semantex.ir)

شرکت سمانتکس، در مسیر تعالی ایران عزیز و ارتقای تلاش‌گران عرصه‌های دانش‌بنیان، با مأموریت تجاری‌سازی فناوری‌ها و اختراعات، خلق محصولات فناورانه و ثروت‌آفرین را در این راستا دنبال می‌کند. مسیر تجاری‌سازی فناوری‌ها در سمانتکس، در تمامی مراحل از ارزیابی و ارزش‌گذاری تا جذب سرمایه‌گذار و فروش فناوری و حتی بازاریابی، فروش و صادرات فناوری ادامه می‌یابد.