

عنوان مقاله:

مسیر ارتباطی صنعت و دانشگاه: به سوی تجاری سازی فناوری و تحقیقات

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی کار آفرینی، خلاقیت و سازمان های آینده (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسنده:

بهنام شهائی - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، پژوهشگر مرکز مطالعات م

خلاصه مقاله:

هدف این مقاله، ارائه دیدگاهی یکپارچه از فرآیند تجاری سازی و نیز تحرک اذهان محققان و مسئولین امر برای توجه به موضوع در انتقال نتایج تحقق و فناوری دانشگاهی است. تجاری سازی بمعنای ارائه یافته ها و دستاوردهای علمی و پژوهشی دانشجویان دانشگاهی به عموم جامعه است. این فرآیند در طی روابط دانشگاه و صنعت رنگ و بوی اجرایی به خود گرفته و آماده بهره برداری می گردد. برای تجاری سازی نوآوریهای دانشگاهی روشهای بسیاری وجود دارند از جمله صدور گواهینامه، اعطای حق امتیاز، محصولات جانبی و مقررات مشاوره ای. با اینکه برخی اقدامات بطور رسمی هستند، اما مکانیسم های غیر رسمی در بسیاری از موارد، نقش قابل ملاحظه ای را ایفا می کنند. همچنین، رویکردهای مختلف تجاری سازی یافته های تحقیقاتی را (تابع اینکه تجاری سازی در چه مرحله ای از فرآیند تحقیق آغاز و در چه مرحله ای به اتمام برسد) می توان در سه سطح واکنشی، تضمینی یا قراردادی، و همزمان طبقه بندی نمود. نهایتاً شیوه های ارزیابی پتانسیل تجاری یافته های تحقیقاتی عبارتند از تجزیه و تحلیل فرصت بازار، طرح کسب و کار، و متدولوژی های ارزیابی جامع.

کلمات کلیدی:

تحقق، تجاری سازی، فناوری، دانشگاه ها، رویکردها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/52222>

