

# Les formations courtes (1 ou 2 jours)

## 1.1. MANAGER LA PI DANS LES PME

LE 26 JANVIER 2010 À PARIS

LE 27 AVRIL 2010 À MARSEILLE

LE 7 SEPTEMBRE 2010 À PARIS

----- PRIX : 590 € - TARIF PME : 450 €

Formation dédiée  
aux PME

NOUVEAU

### OBJECTIFS

- Maîtriser les bases de la PI
- Comprendre le rôle de la PI pour les différentes fonctions de l'entreprise et les principes de rédactions du « Manuel PI »

### PUBLICS

Dirigeants d'entreprise, responsables des grandes fonctions de l'entreprise, partenaires du développement des entreprises, consultants

### Tous les managers « font de la PI »

- PI : de quoi s'agit-il ?
- Toutes les fonctions de l'entreprise sont concernées
- Quelques repères simples sur la PI

### Les principaux cas d'utilisation de la PI

- Vos savoir-faire : comment les protéger et les valoriser ?
- Comment utiliser la PI pour mieux développer des produits et des services nouveaux ?
- Comment sécuriser votre stratégie d'exportation avec la PI ?

- Comment faire des achats gagnant/gagnant en intégrant bien la PI ?
- Comment réussir vos partenariats grâce à la PI ?
- Comment réagir si vous êtes copié (ou attaqué pour copie) ?
- Comment évaluer les droits de PI quand on achète ou vend une entreprise ?

### Manager la PI au quotidien

- Articuler trois niveaux : Stratégie – Organisation – Compétences
- Savoir coopérer efficacement avec les spécialistes PI
- Les principes de rédaction du « Manuel PI » de l'entreprise

## 1.2. MARKETING STRATÉGIQUE DES PME INNOVANTES

LE 16 SEPTEMBRE 2010 À PARIS / PRIX : 590 € - TARIF PME : 450 €

Formation dédiée  
aux PME

NOUVEAU

### OBJECTIFS

Apporter une méthodologie marketing de valorisation de l'activité de R&D et des outils permettant de bâtir un business plan stratégique de valorisation

### PUBLICS

Dirigeants d'entreprise, responsables des grandes fonctions de l'entreprise, partenaires du développement des entreprises, consultants

### Le positionnement d'une innovation technologique

### La segmentation des marchés

- Marché en forte croissance : stratégie de croissance intensive
- Marché tenu par des plus grands groupes : stratégie de partenariat négocié
- Marché tenu par des plus petits groupes : stratégie d'attaque frontale

### L'approche stratégique

- Les enjeux stratégiques pour une PME innovante
- Les implications en termes de politique de PI
- Les erreurs à éviter et les facteurs clés de succès

### Le business plan

- Méthodologie d'élaboration et points critiques