

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 8 OCTOBRE 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