

<<企业知识产权战略管理>>

图书基本信息

书名：<<企业知识产权战略管理>>

13位ISBN编号：9787513009355

10位ISBN编号：751300935X

出版时间：2012-2

出版时间：知识产权出版社

作者：唐B 著

页数：240

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<企业知识产权战略管理>>

内容概要

在知识经济时代，所有财富的核心都是知识。知识作为第一生产要素，其他生产要素的更新和提高都依赖于知识的更新和提高。知识产权是商品经济和科学技术发展的产物。由于知识产权具有风险低、可以获得超额利润的特点，它已成为发展经济、创造财富的重要工具，并且是世界各国及各国企业最重要乃至最主要的经营资源。在此背景下，企业要学会对知识产权资源进行有效的利用和流转，谋取最佳经济效益。本书首先阐明了企业战略管理的基本内容和战略制定的流程，然后归纳了企业知识产权战略的分类及其体系结构。并根据不同类型企业的资源差异和战略定位的区别，系统地分析了企业在制定和实施知识产权战略时可供选择的战略措施和实施策略，有利于中国企业根据自身情况选择参考。本书研究视角独特，层次清晰，并以大量的案例来辅助理论的说明，深入浅出，力求阅读者可以轻松阅读，对知识产权战略心领而神会，融会贯通。

<<企业知识产权战略管理>>

作者简介

唐珺，在读管理学博士，广东金融学院知识产权研究所，高级知识产权管理师，广东省法学会知识产权学会副秘书长。

曾主持广东省知识产权局、国家知识产权局条法司的课题，以及主持多个企业的知识产权项目，为企业在知识产权战略与管理方面提供咨询、策划和培训；并在多本公开刊物（含核心）上发表论文。

<<企业知识产权战略管理>>

书籍目录

- 第一章 企业战略管理导论
 - 第一节 战略管理概论
 - 一、企业战略的概念和特征
 - 二、企业战略管理的内容和层次
 - 三、战略管理的发展方向
 - 第二节 外部环境分析
 - 一、一般环境因素
 - 二、企业所处的行业结构分析
 - 三、企业竞争态势分析
 - 四、战略群组和竞争对手分析
 - 第三节 内部条件分析
 - 一、企业资源基础
 - 二、企业资源分析
 - 三、资源的积存、流动、外取和组合
 - 四、SWOT模型
 - 五、企业的竞争优势
 - 第四节 企业经营战略
 - 一、经营战略的模式
 - 二、基本战略与企业资源
- 第二章 企业知识产权与战略
 - 第一节 知识产权、知识经济和经济全球化
 - 一、知识产权与知识经济
 - 二、知识产权和经济全球化
 - 三、知识产权和企业经营全球化
 - 四、中国企业知识产权现状、分析和展望
 - 第二节 企业知识产权战略
 - 一、企业知识产权战略的内涵
 - 二、企业知识产权战略的体系结构
 - 三、企业知识产权战略与研究开发
- 第三章 企业专利战略管理
 - 第一节 企业的专利介绍
 - 一、企业专利的种类
 - 二、专利授予的条件
 - 三、专利制度的特点
 - 四、专利制度与经济发展
 - 第二节 企业专利体系与创新
 - 一、企业专利战略的内涵
 - 二、企业专利战略与技术创新管理
 - 三、企业专利战略管理体系
 - 第三节 企业专利战略的前期调查
 - 一、技术动向调查
 - 二、专利性分析
 - 三、监视竞争对手的方法
 - 四、失效专利的利用
 - 第四节 企业专利的申请战略

<<企业知识产权战略管理>>

- 一、占领申请战略
- 二、形成专利网申请战略
- 三、外围专利申请战略
- 四、绕开对方专利申请
- 五、专利合作申请

第五节 企业专利实施和管理战略

- 一、独占实施战略
- 二、专利许可战略
- 三、交叉许可战略
- 四、专利引进战略
- 五、专利联营战略
- 六、专利购买战略
- 七、专利转让战略
- 八、商标承接专利垄断战略

第六节 企业专利防御战略

- 一、信息适时公开战略
- 二、取消对手专利无效战略

.....

- 第四章 企业商业秘密战略管理
- 第五章 企业商标战略管理
- 第六章 企业版权运用战略
- 第七章 企业国际化战略

章节摘录

版权页：插图：对于企业而言，衡量效率最简单的方法是考察生产一份产出所需要的投入量，效率=产出÷投入。

例如，企业从研发投资中获得了多少新产品（技术），这就是在研发方面投入的生产率。

企业生产率越高，产出所需要的投入就越少。

例如，甲汽车公司装配一辆车所需要的时间是30小时，而乙汽车公司只需要25小时，如果其他条件相同（比如付给的工资一样），那么根据以上信息可以推断出乙汽车公司的成本低于甲汽车公司。

因此，通过实现更低的成本，高效率为企业创造了竞争优势。

2. 可靠的品质1985年，海尔为警醒员工质量意识而发生的“砸冰箱”事件流传至今。

具有品质的产品是指产品及服务值得信赖，能够发挥人们希望它发挥的功能。

如果一种产品按设计要求持续完成工作，工作状态良好并且几乎不出错，则这种产品是可靠的。

可靠性提高了消费者从产品中得到的效用。

产品品质高对竞争优势的影响可以从两个方面来进行分析：一是由于企业能够提供高品质的产品并且为企业产品创造良好的品牌声誉，因此企业可以为自己的产品收取更高的价格；二是当企业提供的产品是可靠的时候，企业就不会在生产次品或低标准的服务上浪费时间，也就能够花更少的时间来弥补错误，这就体现为更高的劳动生产率和更低的单位成本。

因此可靠的品质会给企业带来低成本的利益。

3. 持续创新竞争本身就可以被看做是由创新驱动的。

创新企业根据市场的潜在需要，进行创造新产品（技术）和新流程的活动，包括产品种类、生产过程、管理系统、组织结构、企业所形成的策略等方面的进步。

尽管并非所有的创新都是成功的，但是成功的创新是竞争优势的一个主要来源，因为它们让企业产生独特性——其竞争对手所缺乏的，这个独特性能够让企业为自己的产品收取更高的价格，并且帮助企业将自己的成本控制在低于竞争对手的水平。

4. 客户回应客户作为“货币选票”的所有者，其选票的投向取决于客户是否满意。

客户满意程度高，就会产生重复持续的“投票”和其他有利于企业的行为。

企业就能由此直接或间接地获得利润和各种有形的或无形的长短期收益。

为了能够取得回应，企业必须比竞争对手更能识别和满足顾客的需求，还能针对个别客户的特殊需求提供产品和服务。

客户将因此赋予其产品更高的价值，从而使企业创造出基于竞争优势的差异化。

<<企业知识产权战略管理>>

编辑推荐

《企业知识产权战略管理》是企事业知识产权培训教材之一。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>