



โครงการ e-SMEs University

ความร่วมมือระหว่าง สสว. และ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ หลักสูตรการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ชื่อวิชา	: SME108 ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมสำหรับ SMEs
ชื่อผู้บรรยาย	: อ. ธนดล สัตตบงกช : อ. ปราโมทย์ ธรรมรัตน์ : รศ.ดร. นพดล เจียมสวัสดิ์ : ดร.กนกอร คังสุวรรณ
ข้อมูลการติดต่อ	: อีเมล : thanadon76@yahoo.com : อีเมล : esme@sme.go.th

1. รายละเอียดการบรรยาย

ซึ่งให้ผู้ประกอบการทราบถึงความสำคัญของนวัตกรรมที่สามารถช่วยให้ธุรกิจแข่งขันในตลาดของโลกปัจจุบันได้อย่างมั่นคงยั่งยืนและเป็นการกระตุ้นให้ SMEs ไทยหันมาสร้างนวัตกรรมของตนเอง

2. วัตถุประสงค์การบรรยาย

1. ทราบและตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรมในยุคของตลาดปัจจุบันและอนาคต
2. เข้าใจถึงความหมายและประเภทของนวัตกรรม

3. หัวข้อการบรรยาย

หน่วยที่ 1 ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมเชิงธุรกิจ

- 1.1 ความสำคัญของนวัตกรรมในปัจจุบัน
- 1.2 นวัตกรรมคืออะไรและมีด้วยกันกี่ประเภท
- 1.3 กลยุทธ์ทางธุรกิจของโลกอนาคต
- 1.4 วิวัฒนาการอันนำมาสู่การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันทางธุรกิจ
- 1.5 การได้มาซึ่งนวัตกรรมเชิงธุรกิจ
- 1.6 ตัวอย่างนวัตกรรมด้านต่างๆที่ประสบผลสำเร็จ

หน่วยที่ 2 ทฤษฎีสินทางปัญญา: ประโยชน์และการต่อยอดเชิงธุรกิจ

2.1 ประเภทของทฤษฎีสินทางปัญญา

2.1.1 ลิขสิทธิ์

2.1.2 สิทธิบัตร

1 สิทธิบัตรการประดิษฐ์

2 สิทธิบัตรการออกแบบ

2.1.3 แบบผังภูมิของวงจรรวม

2.1.4 เครื่องหมายการค้า

2.1.5 ความลับทางการค้า

2.1.6 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.2 การคุ้มครอง

2.2.1 ลิขสิทธิ์

1 อายุการคุ้มครอง

2.2.2 สิทธิบัตร

2.2.3 อนุสิทธิบัตร

2.2.4 เครื่องหมายการค้า

2.3 What SMEs need for Technology Development

2.4 Step of the Innovation Process

2.5 ความแตกต่างระหว่างสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์

หน่วยที่ 3 เส้นทางนวัตกรรม : จากห้องสุ่ห้าง

3.1 ความต้องการเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงเชิงเทคโนโลยี

3.1.1 ปฐมบท : ยุคสมัยของการพัฒนาเทคโนโลยีของไทย

3.1.2 จากภูมิปัญญาสู่เทคโนโลยี

3.1.3 สู่เทคโนโลยีแห่งอนาคต ด้วยความฝัน จินตนาการ และความจริง

3.2 การแสวงหาและการกลั่นกรองทางนวัตกรรม

3.2.1 จากห้องสุ่ห้าง เพื่อประชาชน

- 3.2.2 กลไกของการสร้างนวัตกรรมที่เป็นระบบด้วย ICII
- 3.3 การประเมินความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์
 - 3.3.1 รูปแบบ(Model)ของการนำนวัตกรรม (จากมหาวิทยาลัย) ไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์
 - 3.3.2 การประเมินอย่างเป็นระบบด้วยแผนธุรกิจ
 - 3.3.3 ปัจจัยเอื้อความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ด้วยกลไกของ คลัสเตอร์ธุรกิจ
- 3.4 การประเมินค่าทางเทคโนโลยี
 - 3.4.1 สมการการประเมินค่าของเทคโนโลยี
 - 3.4.2 ปัจจัยประกอบอื่นๆ
- 3.5 สัญญาที่เกี่ยวข้องในการถ่ายทอดเทคโนโลยี
 - 3.5.1 สัญญาในการให้สิทธิ หรือโอนสิทธิ
 - 3.5.2 ทางเลือก : การเป็นหุ้นส่วน

หน่วยที่ 4 การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม

- 4.1 ขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม
- 4.2 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและความต้องการของผู้บริโภค
- 4.3 แนวคิดและหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์นวัตกรรม
- 4.4 การทดสอบผลิตภัณฑ์นวัตกรรมก่อนนำสู่ตลาด
- 4.5 กลยุทธ์การนำสินค้านวัตกรรมสู่ตลาด

หน่วยที่ 5 การจัดการนวัตกรรม

- 5.1 การวางแผนธุรกิจนวัตกรรม
- 5.2 การจัดการและการใช้องค์ความรู้ที่เกิดจากนวัตกรรม
- 5.3 การวางกลยุทธ์สำหรับธุรกิจนวัตกรรม
- 5.4 การตลาดสินค้านวัตกรรม
- 5.5 การบริหารการเปลี่ยนแปลงและการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กร

4. กิจกรรม

- แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจพื้นฐานและการนำไปใช้

5. การให้คะแนนการทำกิจกรรม

A = ดีเยี่ยม

B = ดี

C = ปานกลาง

Unsatisfied = ไม่สามารถให้คะแนนได้

6. การวัดผล

- แบบทดสอบหลังเรียน

7. การประเมินผล

- ประเมินผลผู้บรรยาย
- ประเมินผลบทเรียน e-Learning