



POLITECHNIKA ŁÓDZKA
WYDZIAŁ ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA

SEMINARIUM

Mobilizacja, komercjalizacja i waloryzacja wiedzy -
dobre praktyki z krajów rozwiniętych i nowo
uprzemysłowionych

Łódź, 29.11.2024

10.15-10.30	Powitanie gości <ul style="list-style-type: none">• prof. dr hab. inż. Agnieszka Zakrzewska-Bielawska
10.30-11.00	Mobilizacja, komercjalizacja i waloryzacja wiedzy - dobre praktyki z uczelni zagranicznych <ul style="list-style-type: none">• dr inż. Sylwia Flaszewska• prof. dr hab. inż. Magdalena Grębosz-Krawczyk• dr inż. Iwona Staniec
11.00-11.30	Wykład: „Sztuczna inteligencja - rewolucja w waloryzacji wiedzy?” <ul style="list-style-type: none">• prof. dr hab. inż. Anna Fabijańska
11.30-12.00	DrPaper przykład sukcesu w waloryzacji wiedzy <ul style="list-style-type: none">• Marcin Białas
12.00-12.30	Przerwa kawowa i networking



Współpraca Wydziału Organizacji i Zarządzania z Urzędem Marszałkowskim Województwa łódzkiego

ROK 2022 – „Wzmocnienie **potencjału komercjalizacyjnego** jednostek naukowo-badawczych z województwa łódzkiego - rozpoznanie najlepszych praktyk komercjalizacji”



ROK 2023 – „Wzmocnienie potencjału komercjalizacyjnego jednostek naukowo-badawczych z województwa łódzkiego – **waloryzacja wiedzy** na poziomie regionalnym”



ROK 2024 – „Wzmocnienie potencjału innowacyjnego jednostek naukowo-badawczych z województwa łódzkiego: **mobilizacja, komercjalizacja i waloryzacja wiedzy** - dobre praktyki z krajów rozwiniętych i nowo uprzemysłowionych”



Cel: rozpoznanie najlepszych rozwiązań stosowanych przez zagraniczne uczelnie i wypracowanie na ich podstawie wytycznych dla jednostek naukowo-badawczych z województwa łódzkiego.

Stworzone wytyczne mogą przyczynić się do:

- wsparcia regionalnych i lokalnych ekosystemów innowacji,
- promocji udziału różnych podmiotów w takich ekosystemach,
- stymulowania realizacji procesów mobilizacji, komercjalizacji i waloryzacji wiedzy,
- wzmocnienia potencjału innowacyjnego jednostek naukowo-badawczych z województwa łódzkiego w trzech badanych obszarach.





prof. dr hab. inż.
Agnieszka
Zakrzewska-Bielawska



prof. dr hab. inż.
Magdalena
Grębosz-Krawczyk



dr inż.
Iwona Staniec



dr inż.
Sylwia Flaszewska



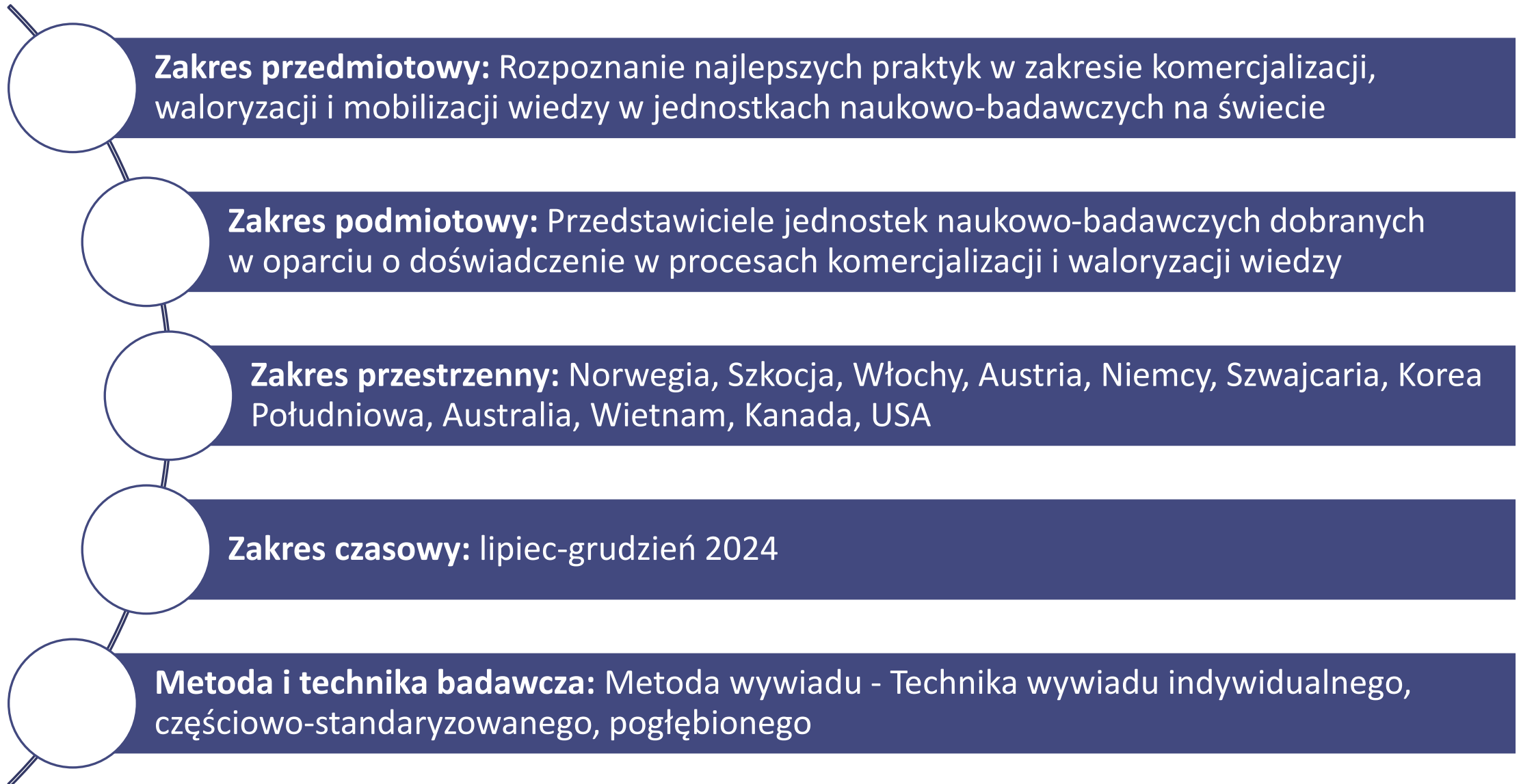
POLITECHNIKA ŁÓDZKA
WYDZIAŁ ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA



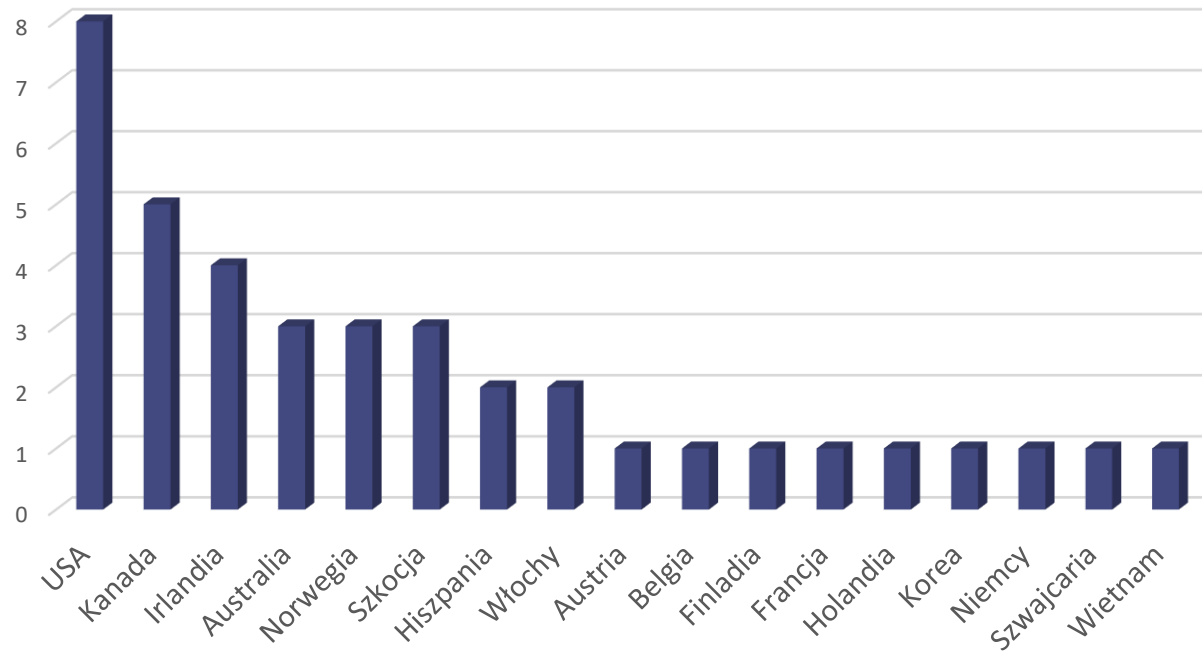
województwo ^Ł
łódzkie | **dotacje**
2024

Zadanie finansowane z budżetu Samorządu Województwa Łódzkiego

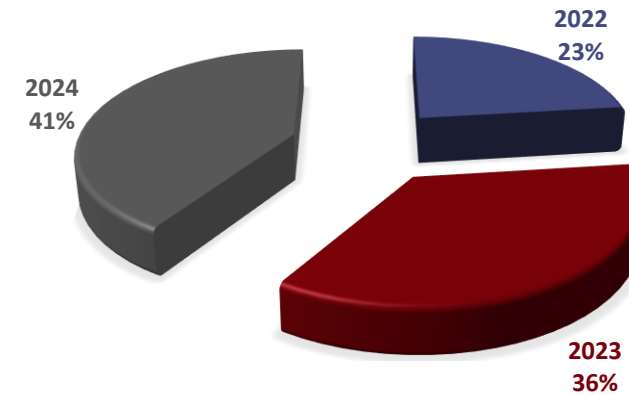
- **Komercjalizacja wiedzy** to proces przekształcania innowacyjnych pomysłów na strumienie zysków ekonomicznych poprzez działania związane z odpłatnym udostępnianiem wyników badań podmiotom trzecim lub przenoszeniem wyników na takie podmioty. W tym kontekście wymaga ona transferu oraz wdrożenia, które łącznie przyczynią się do wzrostu zysków oraz wartości dodanej.
- **Waloryzacja wiedzy** to proces tworzenia społecznej i gospodarczej wartości z wiedzy poprzez łączenie różnych obszarów i sektorów oraz przekształcanie danych, wiedzy fachowej i wyników badań w zrównoważone produkty, usługi, rozwiązania i polityki oparte na wiedzy, które przynoszą społeczeństwu korzyści.
- **Mobilizacja wiedzy** to proces, w którym badania naukowe stają się bardziej dostępne i użyteczne dzięki świadomemu tworzeniu celowych powiązań między badaczami a użytkownikami wiedzy. Kluczowym elementem jest tu komunikacja badawcza, relacje społeczne i wymiana wiedzy.



Liczba przeprowadzonych wywiadów w poszczególnych krajach



ROK



kontynent	liczba
AmerykaPółnocna	13
Australia	3
Europa	21
Azja	2
razem	39



BADANE JEDNOSTKI W 2024



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA





Mobilizacja, komercjalizacja i waloryzacja wiedzy - dobre praktyki z uczelni zagranicznych

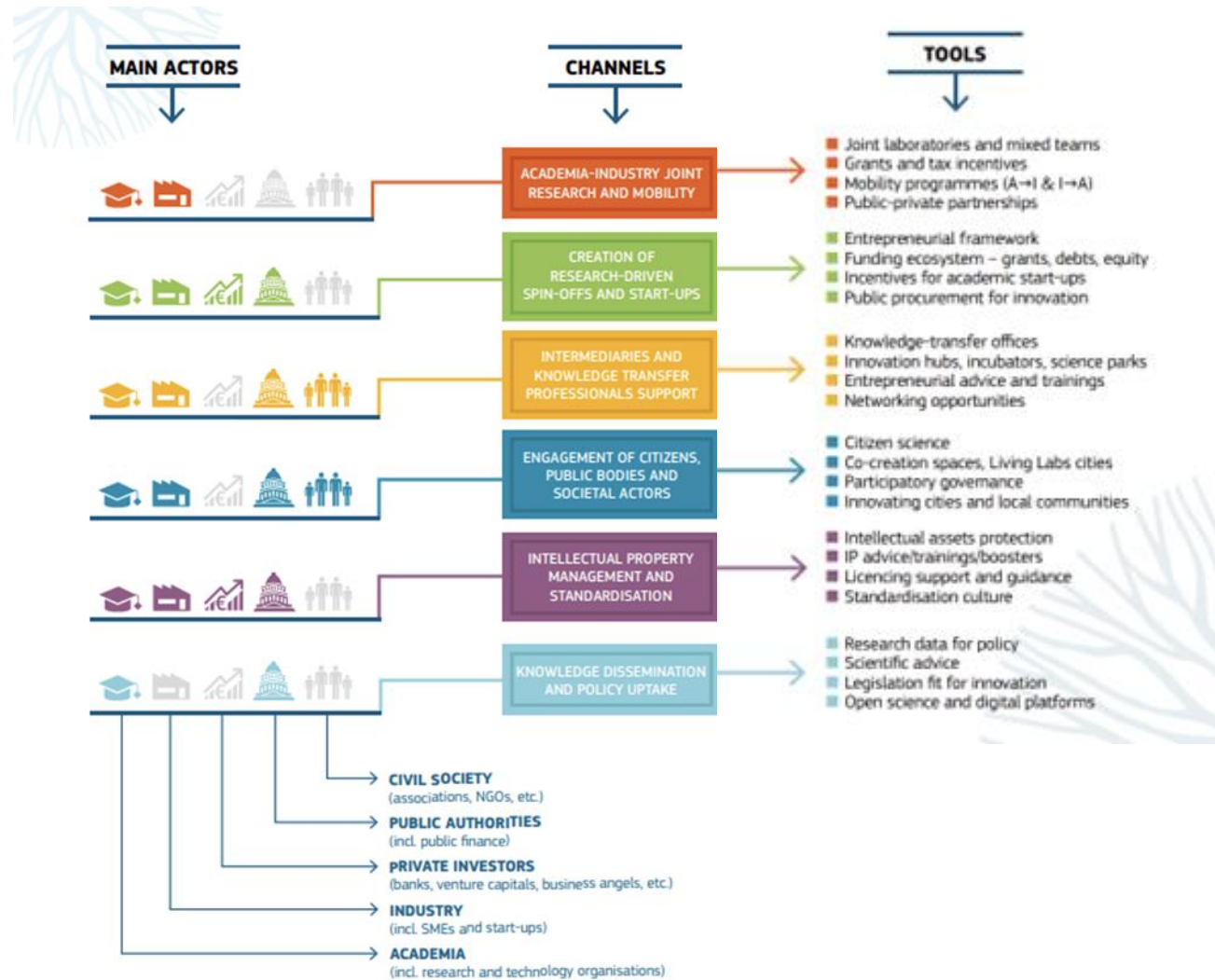
Sylwia Flaszewska

Magdalena Grębosz-Krawczyk

Iwona Staniec

Łódź, 29.11.2024

WALORYZACJA WIEDZY



Źródło: Komisja UE (2020), Valorisation Channels and Tools. Boosting the transformation of knowledge into new sustainable solutions, Publications Office of the European Union, Luksemburg.

KOMERCJALIZACJA

POPRAWA DOBROBYTU
SPOŁECZNEGO

KOMUNIKOWANIE
WYNIKÓW BADAŃ

WSPÓŁPRACA

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

- Zalecenie Komisji (UE) 2024/736 z dnia 1 marca 2024 r. w sprawie kodeksu praktyk dotyczącego zaangażowania obywatelskiego na rzecz waloryzacji wiedzy;
- 23 maja 2024 r. Rada UE przyjęła konkluzje pt. „Większa waloryzacja wiedzy jako narzędzie służące odpornemu i konkurencyjnemu przemysłowi oraz autonomii strategicznej w otwartej gospodarce w Europie”.



„Zaangażowanie obywatelskie na rzecz waloryzacji wiedzy oznacza angażowanie się obywateli, grup obywateli, organizacji społeczeństwa obywatelskiego i społeczności w działalność prowadzoną przez podmioty działające w sferze badań naukowych i innowacji, aby doprowadzić do waloryzacji wiedzy i wyników badań naukowych z myślą o wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań służących zaspokojeniu potrzeb społecznych, ułatwianiu wykorzystywania możliwości rynkowych i dostarczaniu informacji na potrzeby procesu kształtowania polityki”.

- I. Budowanie środowiska sprzyjającego zrównoważonemu zaangażowaniu obywatelskiemu
- II. Zarządzanie zaangażowaniem obywatelskim na rzecz waloryzacji wiedzy

I. Wzmacnianie zdolności waloryzacji wiedzy

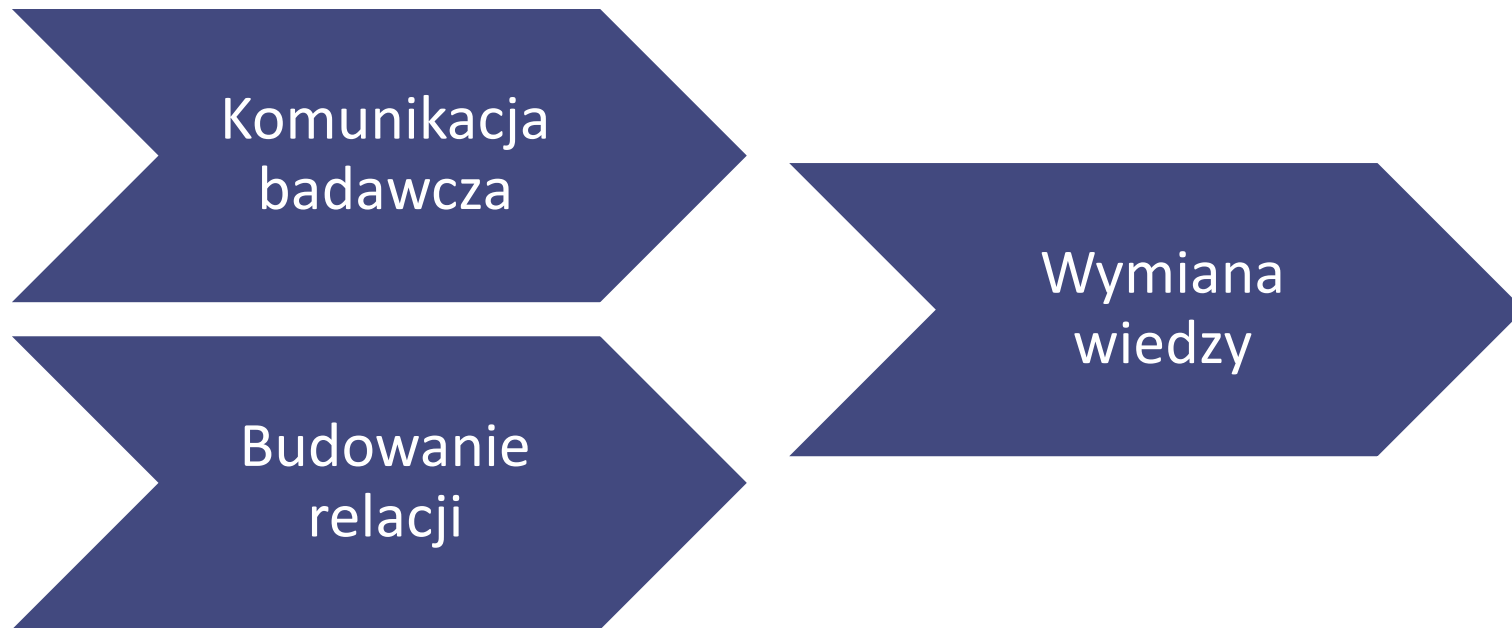
- Narzędzia finansowania, strategie i ramy mające wspierać działania w dziedzinie waloryzacji wiedzy
- Likwidowanie luki w sieci pośredników i koordynatorów innowacji

II. Tworzenie kultury waloryzacji wiedzy

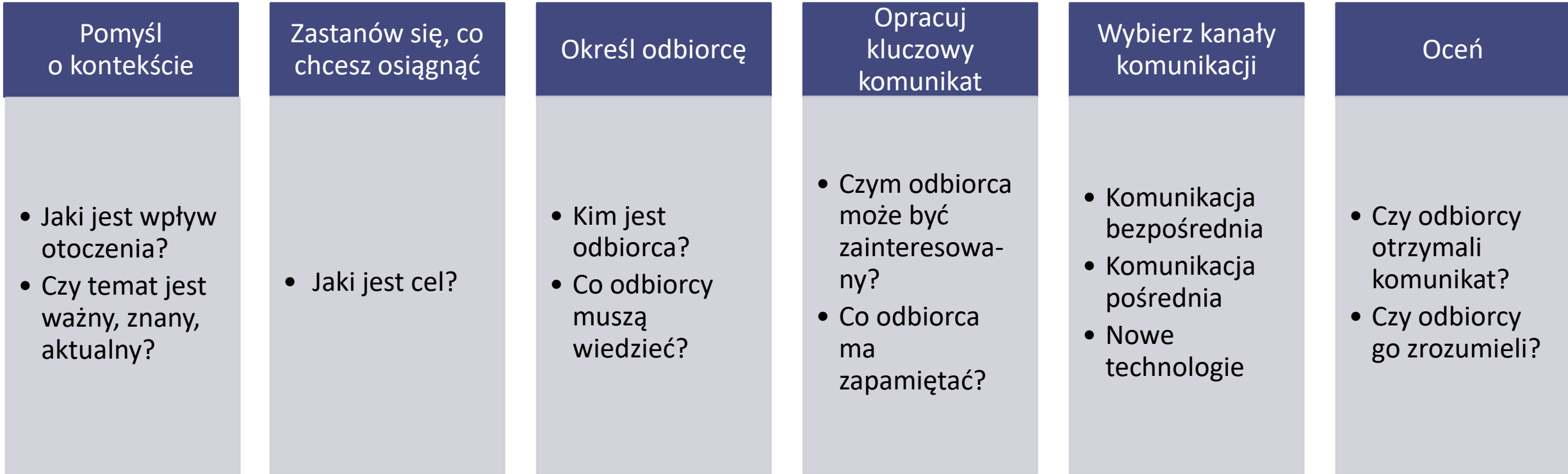
- Sprzyjanie współpracy
- Ulepszanie programów szkoleń na rzecz przedsiębiorczości i innowacji we wszystkich dyscyplinach

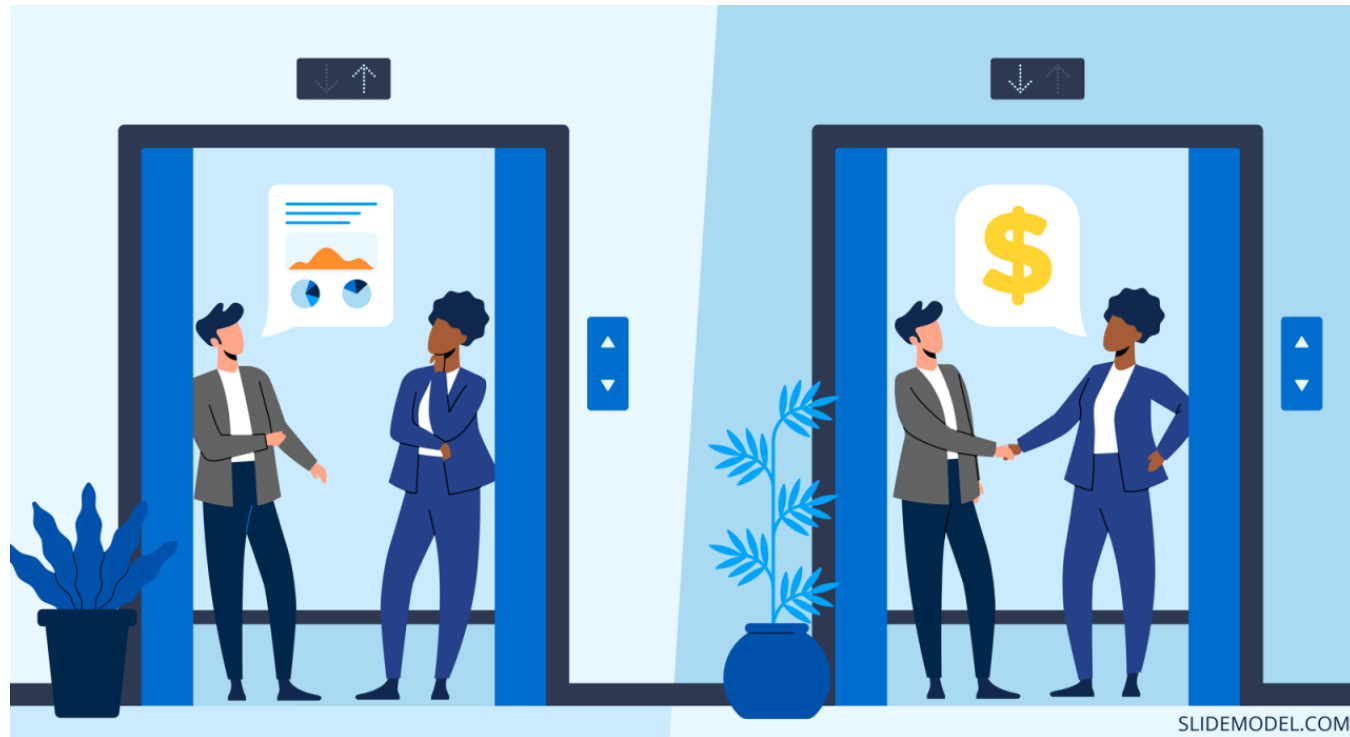


Mobilizacja wiedzy = dzielenie się wiedzą w celu jej wymiany.



Jak komunikować?





Elevator pitch lub też *elevator speech* to krótka, około 1-minutowa prezentacja lub jednostronicowy opis produktu, usługi lub rozwiązania.

Opis musi być wystarczająco krótki, aby przedstawić go podczas krótkiej jazdy windą i wystarczająco wyczerpujący, aby każdy słuchacz mógł go zrozumieć w krótkim czasie.

Kluczowe elementy elevator pitch/one pager:

- Kim jesteśmy?
- Dla kogo jest nasze rozwiązanie?
- Jaki problem rozwiązuje?
- W jaki sposób?
- Dlaczego jest unikalne?
- Jakie są na to dowody?
- Jak się z nami skontaktować?



ELEVATOR PITCH

1

For you - *exact target*

2

Who has - *Situation or problem*

3

I/We - *have the right products/services*

4

They will - *Answer your needs*

5

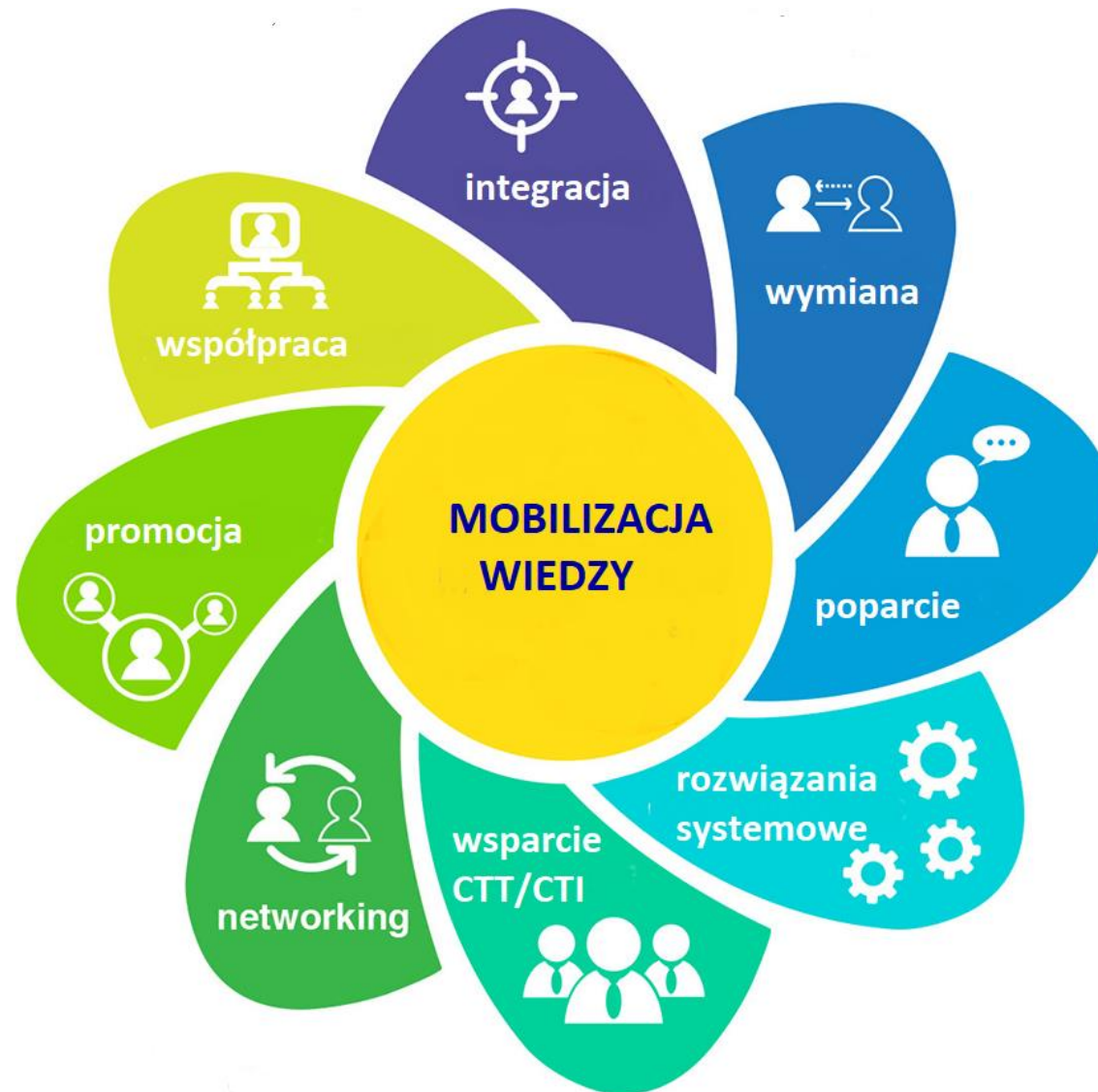
Not like - *Others products/services*

6

Because they dont have - *List the advantages for your special target*

7

That's what we do - *Proofs*



Social ventures to organizacje, których celem jest rozwiązywanie problemów społecznych, środowiskowych lub kulturowych, przy jednoczesnym dążeniu do osiągnięcia samowystarczalności finansowej.

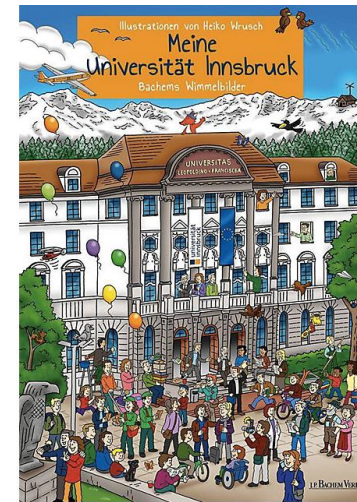
Kluczowe cechy social ventures:

1. Cel społeczny
2. Zrównoważony model biznesowy
3. Innowacyjność
4. Zaangażowanie interesariuszy
5. Mierzalny wpływ

Social ventures stanowią przykład nowoczesnego podejścia do przedsiębiorczości, łącząc zysk ekonomiczny z odpowiedzialnością społeczną i troską o dobro wspólne.



WNIOSKI Z KRAJÓW EUROPEJSKICH



PLANOWANIE WPŁYWU BADAŃ

Business Model Canvas

Date:

26/02/2024

Version:

1.1



WYZWANIE

Jakie są kluczowe wyzwania/problemy badawcze wymagające rozwiązania?

1



ODPOWIEDŹ

W jaki sposób Twój plan badawczy odpowiada na wyzwania?

2



ZASOBY I ZESPÓŁ

Jakie zasoby i współpracowników musisz zabezpieczyć, aby móc działać?

8



UNIKALNA PROPOZYCJA WARTOŚCI

Jaką wyjątkową wartość będą miały Twoje badania?

4



ZASIĘG I ZAANGAŻOWANIE

5

W jaki sposób dotrzesz do beneficjentów i nawiążesz z nimi kontakt w trakcie programu badawczego?



MIARY WPŁYWU

Jakich wskaźników i powiązanych badań w czasie użyjesz, aby wykazać wpływ?

7



BENEFICJENCI

Kto odniesie korzyść lub wykorzysta wyniki Twoich badań?

3



FINANSOWANIE

Jaki jest plan finansowania umożliwiający realizację tego programu badawczego?

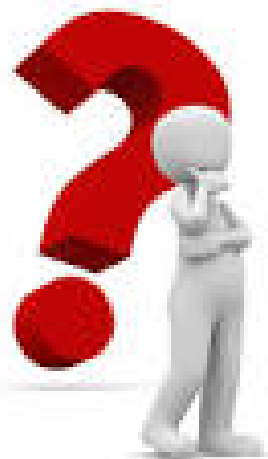
9



POTENCJALNY WPŁYW

Jakie potencjalne skutki będą miały Twoje badania? kulturalny, ekonomiczny, środowiskowy, zdrowotny, polityczny, naukowy, społeczny, technologiczny, szkoleniowy

6



Twórca:

Impact Track (France) od 2018

Social Innovation Factory (Belgium) od 2022

Grupa docelowa:

środowiska akademickie, obywatele, MŚP, inwestorzy prywatni, władze publiczne

Produkt:

Platforma do pomiaru wpływu społecznego, oparta na łańcuch wartości wpływu, który pomaga wyjaśnić związek przyczynowo-skutkowy między prowadzonymi działaniami, a wpływem przewidywanym przez organizację. Model łańcucha wartości wykorzystuje zarówno do planowania, jak i komunikowania wpływu.

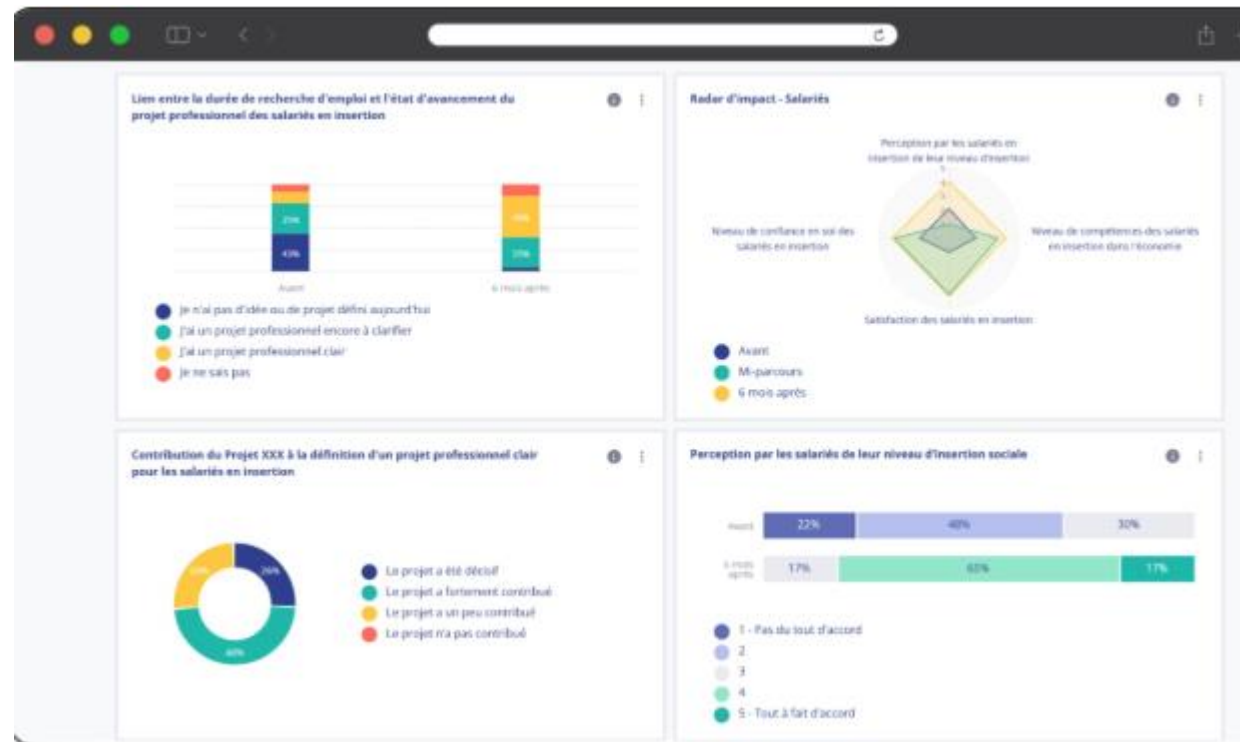
Kluczowe cechy:

mapowanie i tworzenie list interesariuszy

lista wskaźników dla wyników, rezultatów i wpływu + wskaźniki docelowe

pomiar wpływu, oparty na wskaźnikach za pośrednictwem badań ankietowych, obserwacji, wywiadów, grup fokusowych, ilościowej analizy danych

IMPACT TRACK





Best practices

Get inspired by policies and practices of other valorisation actors and share your own example



Engagement

Participate in the European Citizens' Hackathon Championship to develop climate change solutions



Talks

Follow the EU Knowledge Valorisation Talks on trends and novel approaches for using research results



WYKŁAD

„Sztuczna inteligencja - rewolucja w waloryzacji wiedzy?”

prof. dr hab. inż. Anna Fabijańska

Łódź, 29.11.2024



POLITECHNIKA ŁÓDZKA
WYDZIAŁ ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA

Prof. dr hab. inż. Anna Fabijańska



Profesor w dziedzinie nauk inżynieryjno-technicznych w dyscyplinie informatyka techniczna i telekomunikacja. Pracuje w Instytucie Informatyki Stosowanej Politechniki Łódzkiej. Jej zainteresowania naukowe dotyczą wizji komputerowej, uczenia maszynowego, sztucznej inteligencji oraz przetwarzania i analizy obrazów cyfrowych. Jej publikacyjny dorobek obejmuje blisko 130 artykułów naukowych, w tym 32 w czasopismach uwzględnionych w JCR. Od roku 2020 roku znajduje się **na liście najlepszych 2% naukowców świata** w dziedzinie sztucznej inteligencji i przetwarzania obrazów. Pełniła rolę kierownika projektów finansowanych przez MNiSzW oraz NAWA, była ekspertem w projektach NCBiR. Odbiła staże w Wielkiej Brytanii oraz we Francji. Jest laureatką prestiżowych konkursów, m.in.: stypendystką MNiSzW w ramach programu dla wybitnych młodych naukowców, stypendystką programu START Fundacji na rzecz Nauki Polskiej oraz laureatką Nagrody za Wybitne Osiągnięcia Przyczyniające się do Rozwoju Nauki dla Młodych Uczonych Pracujących na Terenie Województwa Łódzkiego (PAN Łódź). Jest członkiem oraz wiceprzewodniczącą Komitetu Informatyki PAN oraz członkiem komitetów redakcyjnych kilku czasopism.



DrPaper przykład sukcesu w waloryzacji wiedzy

Marcin Białas

Łódź, 29.11.2024



POLITECHNIKA ŁÓDZKA
WYDZIAŁ ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA

Marcin Białas



CZŁONEK ZARZĄDU, BRAINIVERSE SP. Z O.O.

Lider technologii z 20-letnim doświadczeniem w IT i 14-letnim doświadczeniem w zarządzaniu interdyscyplinarnymi zespołami inżynierskimi. Swoją karierę zawodową zaczął jako inżynier oprogramowania. Od 14 lat ma większy wpływ na rozwój IT poprzez kierowanie zespołami i projektami. Jego pasją jest: projektowanie, budowanie i kierowanie efektywnymi organizacjami inżynierskimi. Jego zdaniem najlepszym sposobem na wspieranie innowacji i skuteczną realizację celów biznesowych jest tworzenie bezpiecznego i przyjaznego środowiska pracy, w którym ceniona jest przejrzystość i otwartość, a ludzie nie boją się ponosić porażek (i próbować ponownie).



Przerwa kawowa i networking 12.00 - 12.30

Łódź, 29.11.2024



POLITECHNIKA ŁÓDZKA
WYDZIAŁ ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA

SEMINARIUM

**Mobilizacja, komercjalizacja i waloryzacja wiedzy -
dobre praktyki z krajów rozwiniętych i nowo
uprzemysłowionych**

Łódź, 29.11.2024