

Management de l'innovation

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Présentation

Description

L'objectif de ce cours est de comprendre en quoi les techniques de l'Intelligence Economique viennent supporter la démarche prospective et le processus d'innovation dans les entreprises et les organisations de recherche. Le principe du "Learning by doing" est mis en oeuvre car chaque étudiant devra réaliser un diagnostic stratégique d'une entreprise et sera ensuite confronté en groupe à une étude réelle de prospective.

Objectifs

Reponse client, analyse prospective

Heures d'enseignement

CM	CM	10h
PEAP	Participation à des événements académiques ou professionnels	6h

Bibliographie

Coutenceau, C., et Gaucher, J.-M. (2014). L'intelligence économique au service de l'innovation ([Paris]: Eyrolles).

Moinet, N. et Deschamps, C. (2011). La boîte à outils de l'intelligence économique. (Dunod).

Le Loarne-Lemaire, S., et Blanco, S. (2012). Management de l'innovation (Paris: Pearson).

Pelletier, A., et Cuenot, P. (2013). Intelligence économique, mode d'emploi: maîtrisez l'information stratégique de votre entreprise ([Montreuil, Seine-Saint-Denis]: Pearson).

DEMIL B. ; LECOCQ X. et V. WARNIER, Stratégie et Business Models, Pearson

ALLOUCHE J. et G. SCHMIDT (1996), Les outils de la décision stratégique, La Découverte, Collection « Repères ».

D'AVENI R. (1995), Hypercompétition, Paris, Vuibert.

DE GEUS A. (1988), « Planning as learning », Harvard Business Review, Mars-Avril.

GODET M. (1995), Prospective et planification stratégique, Paris, Economica.

GODET M. (2007), Manuel de prospective stratégique, Tome 2, L'art et la méthode, Paris, Dunod.

HAMEL G. et C.K. PRAHALAD (1995), La conquête du futur, Interéditions.

HAMEL G. (2007), La fin du management. Inventer les règles de demain, Paris, Vuibert

HARVARD BUSINESS REVIEW (2000), Les stratégies de l'incertain, Paris, Editions d'Organisation.

KAPLAN R.S. et D.P. NORTON (2001), Comment utiliser le tableau de bord prospectif pour créer une entreprise orientée stratégie, Paris, Editions d'organisation.

KAPLAN R.S. et D.P. NORTON (2003), Le tableau de bord prospectif, Paris, Editions d'organisation.

KIM W. et R. MAUBORGNE (2005), Stratégie Océan Bleu, Editions Village Mondial.

LEROY F. (2008), Les stratégies d'entreprise, Paris, Dunod, Collection « topos », 3ème édition.

PORTER M. E. (1986), L'avantage concurrentiel : comment devancer les concurrents et maintenir son avance, Paris, Interéditions.