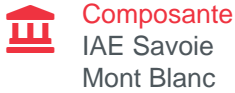


# Management et innovation



## En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

## Présentation

### Objectifs

Ce cours a pour objectif d'initier l'étudiant aux concepts de base du management stratégique et de l'innovation. Il vise à comprendre et analyser l'influence des choix stratégiques et le fonctionnement d'une entreprise via l'utilisation d'une plateforme de simulation de gestion. Ce cours donne par ailleurs des clés pour mieux comprendre la manière de déployer un projet d'innovation.

### Heures d'enseignement

|    |                 |     |
|----|-----------------|-----|
| CM | Cours Magistral | 20h |
|----|-----------------|-----|

### Pré-requis obligatoires

Maîtrise des fondamentaux en sciences de gestion. Etre capable de lire un compte de résultat et un bilan.

### Plan du cours

Séance 1 (3h) – Présentation des principaux objectifs, de la plateforme de simulation des choix stratégiques et constitution des équipes qui évolueront dans un même univers concurrentiel.

Séance 2 (7h) – Comprendre la notion de stratégie d'entreprise. Connaître les principaux concepts et outils de l'analyse stratégique. Savoir mener une analyse stratégique et être capable de formuler une stratégie et des choix stratégiques. Comprendre l'influence d'un choix stratégique sur le marché.

Séance 3 (7h) – Comprendre le rôle fondamental de l'innovation. Différencier les types d'innovation et les sources d'innovation. Analyser le rôle d'un manager de l'innovation dans une organisation. Sensibiliser à la démarche créative. Appréhender les différentes étapes pour accompagner un projet innovant. Proposer un nouveau concept, un nouveau produit en adéquation avec le positionnement de l'entreprise (cf. séance 2).

Séance 4 (3h.) – Pitch : Réalisation d'une rétrospective/analyse des choix stratégiques et proposition argumentée d'innovation d'exploration ou d'exploitation (présentation orale).

---

## Compétences visées

- Être capable de décrypter les principales stratégies d'entreprise.
- Concevoir et mettre en pratique des outils de diagnostic stratégique : de l'analyse aux recommandations de choix stratégiques.
- Savoir mettre en corrélation le projet d'innovation avec les besoins et ressources dont dispose l'entreprise (taille de l'organisation, ressources disponibles en interne, réflexion sur les possibilités de partenariat).
- Être en capacité de travailler en équipe, savoir communiquer et décider en équipe.

---

## Bibliographie

- Corbel, P. (2009), Technologie, Innovation, Stratégie – De l'innovation technologique à l'innovation stratégique, Paris, Gualino,.
- Garette B., Dussauge P. et Durand R. (2009), Strategor, toute la stratégie de l'entreprise, Paris, Dunod.
- Johnson g., Whittington R. et Scholes K. (2011), Exploring strategy, 9thème édition, Essex, Prentice Hall-Pearson.
- Kim W.C. et Mauborgne R. (2004), Blue Ocean Strategy, Harvard Business Review, 82, 10, 76-84. Porter M.E. (1985), Competitive Advantage, New York, Free Press.

---

## Infos pratiques

### Lieux

- Annecy-le-Vieux (74)

---

## Campus

➤ [Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux](#)