



SYLLABUS - PLAN DE COURS - 2020-2021

Innovation strategy (29|01)

Programmes:	Master Management Stratégique M2 Management de l'Innovation
--------------------	--

Périodes:	Semestre 3
------------------	------------

Type:	UE
Modalité pédagogique:	Présentiel
Langue:	Français
Crédits:	6
Heures CM	30
Total heures:	30

Responsable de la formation: Jamal Eddine AZZAM - jamal-eddine.azzam@tsm-education.fr

Responsable du cours: Jamal Eddine AZZAM - jamal-eddine.azzam@tsm-education.fr

DESCRIPTION

Présentation et objectifs pédagogiques

La fin des années 70 marque un contexte « d'innovation intensive » et un raccourcissement du cycle de vie des produits qui poussent les entreprises à innover sur différents niveaux (produits, processus, organisation, business model, etc.) afin de maintenir leur compétitivité et de croître.

Le présent enseignement est conçu pour permettre aux participants-es d'acquérir des concepts et des outils d'analyses permettant d'aborder des questions cruciales et récentes (l'innovation avec les autres, les stratégies de plateformes, business model, l'usage stratégique des brevets, etc.) afin de faire face aux enjeux stratégiques et organisationnels de l'innovation.

L'enseignement est organisé autour de différentes thématiques abordées à l'aide de connaissances théoriques et de cas empiriques. Il repose sur une implication active des étudiants qui doivent préparer, présenter et discuter les études de cas et les lectures associées.

À la fin de ce cours, les étudiants doivent être capables :

- D'utiliser des principes et des méthodes pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie d'innovation
- D'évaluer d'une manière critique les stratégies d'innovation et de faire des recommandations pour faciliter la prise de décision
- De travailler en groupe pluridisciplinaire sur des problèmes stratégiques d'innovation.

Contenu

L'enseignement est organisé autour de différentes thématiques abordées à l'aide de connaissances théoriques et de cas empiriques. Il repose sur une implication active des étudiants qui doivent préparer, présenter et discuter les études de cas et les lectures associées.

Thématiques discutées :

- La stratégie d'innovation entre exploration et exploitation
- Open Innovation
- Ecosystème d'innovation
- Stratégie produit et plateformes technologiques
- Business Model et Innovation
- Stratégies de protection et de valorisation de l'innovation

Prérequis

Notions de base en stratégie et en innovation.

Modalités d'évaluation

Contrôle terminal (50%) - Contrôle continu (50%).

Bibliographie

- Tidd J, Bessant J., Pavitt K. (2006), *Management de l'innovation : Intégration du changement technologique, commercial et organisationnel*. De Boeck Supérieur.
- Le Loarne S., Blanco S. (2012), *Manager l'innovation – 2nd Edition*. Pearson Education.
- Schilling M.A. (2013), *Strategic Management of Technological Innovation*. McGraw-Hill, 4th edition.
- Adner, Ron. 2006. "Match your innovation strategy to your innovation ecosystem", *Harvard Business Review*.
- L. Huston and N. Sakkab, (2006), *Connect and Develop—Inside Procter & Gamble's New Model for Innovation*, *Harvard Business Review*.
- Chesbrough, H.W., Garman, A.R. (2009) *How open innovation can help you cope in lean times*. *Harvard Business Review*
- Gawer A, Cusumano MA. (2008) 'How Companies Become Platform Leaders'. *MIT Sloan Management Review: MIT's journal of management research and ideas*.
- Somaya, D., D.J. Teece and S. Wakeman. 2012. *Business Models and Patent Strategies in MultiInvention Contexts*. *Ivey Business Journal*
- Bureth A, Levy R. Pénin J. Wolff S (2006), « Le rôle du brevet dans les biotechnologies: le cas de la BioValley du Rhin Supérieur », *Education et Formations*.
- X. Lecocq, B. Demil, V. Warnier (2006), *Le business model, un outil d'analyse stratégique*, *L'Expansion Management Review*.
- Amit, R., Zott, C., (2012) *Creating Value Through Business Model Innovation*, *MIT Sloan Management Review*.