

HUM-366

**Technologies, innovations et marchés émergents**

Laperrouza Marc

| Cursus                        | Sem. | Type |
|-------------------------------|------|------|
| Sciences humaines et sociales | BA6  | Obl. |

|                         |                     |
|-------------------------|---------------------|
| Langue d'enseignement   | français            |
| Crédits                 | 2                   |
| Session                 | Eté                 |
| Semestre                | Printemps           |
| Examen                  | Pendant le semestre |
| Charge                  | 60h                 |
| Semaines                | 14                  |
| <b>Heures</b>           | <b>2 hebdo</b>      |
| Cours                   | 2 hebdo             |
| <b>Nombre de places</b> | <b>80</b>           |

**Remarque**

Une seule inscription à un cours SHS+MGT autorisée. En cas d'inscriptions multiples elles seront toutes supprimées sans notification

**Résumé**

Le cours sensibilise les étudiant-es à l'importance des marchés émergents dans le paysage mondial de l'innovation. Il propose des outils de modélisation pour analyser des innovations produits/services dans le contexte des marchés émergents.

**Contenu**

Le cours aborde les technologies et l'innovation dans les marchés émergents au travers de cadres analytiques et de thématiques :

- Cadres analytiques : vides institutionnels, modèles d'affaires, proposition de valeur, etc.
- Thématiques : adoption et appropriation technologique, base de la pyramide, innovation frugale et "inversée", propriété intellectuelle, impact investment

Les parties "cadres analytiques" et "thématiques" feront toutes deux l'objet de 5 sessions. Le cours comportera une session "invité de terrain".

**Sessions**

1. Introduction
2. Cadres analytiques I : marchés émergents et vides institutionnels
3. Cadres analytiques II : innovation globale
4. Cadres analytiques III : appropriation et absorption
5. Cadres analytiques IV : proposition de valeur
6. Atelier projet
7. Cadres analytiques V : modèles d'affaires
8. Thématiques I : base de la pyramide
9. Thématiques II : innovation frugale
10. Thématiques III : propriété intellectuelle + invité
11. Atelier projet
12. Thématiques IV : innovation sociale
13. Thématiques V : impact investment
14. Atelier projet

**Mots-clés**

marchés émergents, modèles d'affaires, propositions de valeur, modélisation, vides institutionnels, technologie, innovation, étude de cas

## Compétences requises

### Cours prérequis obligatoires

Aucun

### Cours prérequis indicatifs

Aucun

### Concepts importants à maîtriser

Aucun

## Acquis de formation

A la fin de ce cours l'étudiant doit être capable de:

- Définir les caractéristiques principales des marchés émergents
- Décrire les éléments et la mécanique des canevas "Modèle d'affaires" et "Proposition de valeur"
- Appliquer les canevas à un cas réel dans un marché émergent dans le cadre d'un projet
- Contextualiser une technologie/innovation dans le cadre d'un projet
- Réaliser une étude de cas

## Compétences transversales

- Recueillir des données.
- Faire une présentation orale.

## Méthode d'enseignement

Le cours alternera entre :

- Cours *ex cathedra*
- Discussion autour d'études de cas (case studies) et
- Ateliers pratiques/projet

Le cours demande une participation active en classe. Une attention toute particulière est mise sur la dimension pratique.

## Travail attendu

- Participation en classe
- Préparation d'une étude de cas en binôme
- Travail de groupe pendant les sessions "atelier projet"
- Réalisation et présentation d'un screencast sur le projet de groupe

## Méthode d'évaluation

L'évaluation se compose de 2 parties :

- Analyse en binôme d'un cas (format powerpoint) - 50%
- Production d'un screencast en groupe (format vidéo de 5 minutes) - 50%

## Encadrement

|                    |     |
|--------------------|-----|
| Office hours       | Non |
| Assistants         | Non |
| Forum électronique | Non |

## Ressources

### Bibliographie

- Afuah, A. (2018). Business model innovation : concepts, analysis, and cases. New York, NY, Routledge.
- Bland, D. J., A. Osterwalder, et al. (2020). Testez vos idées business. Paris, Pearson.
- Khanna, T., K. G. Palepu, et al. (2010). Winning in emerging markets : a road map for strategy and execution. Boston, Mass., Harvard Business Press.
- Osterwalder, A., Y. Pigneur, et al. (2011). Business model nouvelle génération un guide pour visionnaires, révolutionnaires et challengers. Paris, Pearson.
- Osterwalder, A., Y. Pigneur, et al. (2015). La méthode Value Proposition Design : Comment créer les produits et les services que veulent vos clients. Paris, Pearson.

### Ressources en bibliothèque

- [Afuah, A. \(2018\). Business model innovation](#)
- [Bland, D. J., A. Osterwalder, et al. \(2020\). Testez vos idées business](#)
- [Khanna, T., K. G. Palepu, et al. \(2010\). Winning in emerging markets](#)
- [Osterwalder, A., Y. Pigneur, et al. \(2011\). Business model nouvelle génération](#)
- [Osterwalder, A., Y. Pigneur, et al. \(2015\). La méthode Value Proposition Design](#)

### Liens Moodle

- <https://go.epfl.ch/HUM-366>