

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
Heures	2 hebdo
Cours	2 hebdo
Nombre de places	80

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>