

Créativité, Business development et design management

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 24,0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Pôle Universitaire Léonard de Vinci
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LoHB02P

Présentation

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants d'anticiper l'évolution des marchés et trouver de nouveaux relais de croissance pour l'entreprise dans un contexte national ou international. Il doit sensibiliser sur les différentes étapes de la création d'activité, et plus particulièrement : resituer le projet dans son environnement, évaluer les risques, élaborer des prévisions financières et les besoins de financement, assurer le pilotage du projet... Les travaux abordent aussi les processus de créativité ainsi que les changements organisationnels qu'ils peuvent supposer. Parmi les questions traitées : qu'est-ce que le changement ? Comment le prévoir et l'anticiper ? Comment se décline-t-il ? Quelles sont ses modalités, les risques associés, les résistances qu'il suscite et ses bienfaits ? Quelle est l'influence du contexte ?

Le cours privilégie les approches de l'innovation centrées sur l'humain, notamment le design thinking, une méthode de conception globale, centré sur l'utilisateur en vue de réaliser des services ou produits innovants.

Objectifs

Ce module est orienté sur des cas pratiques qui permettent aux étudiants de découvrir des outils et méthodes qui favorisent la créativité et la conception de nouvelles solutions et offres produits. Ce savoir-faire peut être utilisé tant dans de petites structures innovantes de type start up, que dans des organisations traditionnelles confrontées à la nécessité d'innover

Évaluation

M3C en session unique

REGIME STANDARD INTEGRAL: avec evaluation continue (au moins 2 notes)

RÉGIME DÉROGATOIRE : Non

SESSION 2 : Organisé sur la période du semestre par l'enseignant

Compétences visées

Les étudiants seront en capacité :

De mener des séances de créativité en groupe

D'utiliser des outils spécifiques dédiés à la conception de nouvelles solutions (type design thinking) par itération

De mettre en place une stratégie pour développer la commercialisation d'une nouvelle offre

Bibliographie

Moutot J.-M., Autissier D. : *Méthodes de conduite du changement, diagnostic, accompagnement, pilotage*, Dunod, 2013

Lewrick, Leifer : *Le Guide du Design Thinking : Activez la méthode*, Pearson, 2019

Contact(s)

> Marcos Giadas conde

Responsable pédagogique
mgiadasconde@parisnanterre.fr