MSE210 - Innovation de business model

Mis à jour le 18-03-2025

Code : MSE210

Unité d'enseignement de type mixte

3 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **30 heures**

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Jean-Michel RAICOVITCH

Contact national :

EPN15 - IIM Master stratégie

2 rue Conté
31.2.32
75003 Paris
01 40 27 26 23
Sophie Renaux
sophie.renaux2@lecnam.net

Présentation

Prérequis

Des connaissances sur les fondamentaux en stratégie d'entreprise : MSE201.

Objectifs pédagogiques

Ce cours se focalise sur la transformation des activités de l'entreprise en particulier avec l'apparition de nouveaux « business models ». Le business model ou modèle d'affaires définit l'origine de la rentabilité d'une entreprise en décrivant la manière dont cette entreprise génère et capte des revenus pour les transformer en profits.

Si les business models innovants existaient avant l'apparition du numérique, il s'agit de comprendre dans ce cours que les firmes ont désormais besoin de regarder au-delà de leurs marchés existants pour trouver des opportunités d'affaires. Il s'agit aussi de comprendre aussi pourquoi certains business models fonctionnent et d'autres beaucoup moins.

Compétences

Ce cours vise le développement des compétences suivantes :

- Maîtriser les fondamentaux du BM et savoir différencier les principales approches (définition de la valeur, mécanismes de revenus, réseaux de partenaires, etc.).
- Examiner les conditions de réussite ou d'échec d'un BM en confrontant les hypothèses stratégiques (positionnement, marché, ressources) aux évolutions de l'environnement (technologique, réglementaire, concurrentiel).
- Comparer les modèles d'affaires classiques aux innovations de rupture et mettre en perspective l'influence de la transformation numérique (plateformes, écosystèmes, co-création de valeur) sur la conception et la mise en œuvre du BM.
- Réaliser un diagnostic du business model et en évaluer la robustesse (pertinence stratégique, risques concurrentiels, dépendances technologiques, cohérence des ressources) afin de valider son adéquation avec la stratégie globale.
- Adapter un BM existant ou imaginer de nouveaux leviers de croissance en regardant au-delà des marchés actuels, notamment par l'identification de nouvelles opportunités et la collaboration avec des partenaires internes ou externes.
- Préconiser des pistes d'amélioration et argumenter les choix retenus en tenant compte des impératifs de rentabilité, de durabilité et de dynamique d'innovation.

Programme

Contenu

- Les fondamentaux du business model
- Les différentes approches du business model
- Les innovations de rupture
- Les innovations de business model avant la transformation numérique
- Les innovations de business model de plateforme
- La co-création de valeur
- Conférences sur des cas d'innovation de business model

Modalités de validation

- Contrôle continu

Description des modalités de validation

Réalisation d'une étude de cas sur un busuness model innovant, sous forme d'exposé accompagné d'un document écrit.

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Stratégie et business models, Pearson France, 2013.	Demil, B., Lecoque, X., Warnier, V.
STRATEGOR, 9 ème édition, Dunod, 2024.	Garette B., Durand R., Dussauge P., Lehman-Ortega L., Leroy F.
Plateformes, le business model qui domine le monde, Dunod, 2022.	Cusumano, M.A., Gawer, A., Yoffie, D.B.
Business model-nouvelle génération, Pearson France, 2011.	Osterwalder, A., Pigneur, Y.
Business Models de Plateformes, les clés pour accélérer votre transformation numérique, Vuibert, 2021	Isaac, H.
Plateformes , Sites collaboratifs, marketplaces, réseaux sociaux… Comment ils influencent nos choix, FYP Editions, 2016.	Bénavent C.
Stratégie et business models à l'ère digitale, De Boeck Supérieur, 2022.	Parmentier, G. et Gandia, R.