

GDN230 - Marketing de la conception de l'innovation

Présentation

Objectifs pédagogiques

Apporter aux auditeurs les outils, méthodes et principes du marketing de la conception

Compétences

Capacité à bien maîtriser les méthodes, approches et principes du marketing de la conception

Programme

Contenu

- Intégration des grandes tendances d'évolution de la société dans la conception d'innovation
- Principes, méthodes et outils d'identification d'axes d'innovation
- Méthodes d'analyse qualitative
- Principes, méthodes et outil de compréhension des consommateurs : démarches de co-construction, intégration des communautés d'utilisateurs et liens avec Livings Labs, crowdsourcing, analyse du processus d'achat et de diffusion d'une innovation.

Modalités de validation

- Contrôle continu
- Mémoire

Description des modalités de validation

Ecriture d'un cas d'innovation et présentation à l'oral

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
La dynamique stratégique de l'entreprise : Innovation, croissance et redéploiement à partir de l'arbre de compétences	GIGET Marc
The diffusion of innovation	ROGERS Everett M
Managing Innovation - Integrating Technological, Market and Organizational Change	TIDD Joe, BESSANT John & PAVITT Keith
Antibible du marketing et du management	Millier Paul

Mis à jour le 01-10-2024



Code : GDN230

Unité d'enseignement de type cours

4 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **40 heures**

Responsabilité nationale :

EPN16 - Innovation / Lionel ROURE

Contact national :

EPN16 - innovation

2 rue conté

2 rue conté

75003 Paris

Cindy roche

equipe.innovation@cnam.fr