

Manager l'innovation

Tidd.J, Bessant.J, *Managing Innovation*, Wiley, 2012.

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 42.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E7MO74I

Présentation

Les principales étapes du développement d'un nouveau produit seront abordées, de la génération d'idées à la phase de lancement sur le marché.

Objectifs

L'objectif de ce cours est d'apporter les connaissances de base relatives au développement d'un nouveau produit ou service.

Évaluation

L'évaluation comporte deux volets : la présentation de cas et la rédaction d'un rapport sur la création d'un nouveau produit et/ou QCM d'une durée maximum de 2H (en présentiel ou en distanciel).

Examens

Dupont. E, *Développer et lancer un nouveau produit*, DeBoecks, 2009.

Kotler.P, Dubois.B, Manceau.D, *Marketing Management*, Pearson, Education, 13 édition.