Économie de l'innovation

ECTS
4 crédits

Composante
UFR Sciences de l'Homme et de la Société (SHS), Département Informatique et Mathématiques Appliquées aux Sciences Sociales (IMSS)

Période de l'année
Printemps (janv. à avril/mai)

- **Langue(s) d'enseignement:** Français
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Les objectifs de ce cours sont de permettre aux étudiants d'appréhender pleinement les outils et les méthodes utilisées par les entreprises en matière d'innovation de produits et/ou de services. Basés sur des éléments théoriques de la Nouvelles Théorie du Consommateur, ce cours présentera 3 principales catégories d'outils qui intègrent explicitement le rôle des consommateurs dans les processus d'innovation : focus groupes, prix psychologiques et enchères calibrées.

Objectifs : L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'appréhender pleinement et de mettre en pratiques les outils et les méthodes utilisées par les entreprises en matière d'innovation de produits et/ou de services.

Heures d'enseignement

Économie de l'innovation - CM	CM	24h

Pré-requis recommandés

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 18 juillet 2023

Connaissances en microéconomie

Période : Semestre 8

Compétences visées

Les compétences visées sont la maîtrise d'un ensemble d'outils utilisés dans le cadre d'un projet de développement d'un nouveau produit et/ou service, allant de la compréhension/caractérisation d'une offre innovante à la détermination de sa valorisation économique par les usagers/consommateurs.

Bibliographie

Chanal V. et alii. (2011), Business Models dans l'innovation, PUG, Grenoble.
Guellec D. (2009), Economie de l'innovation, La Découverte, Repères, Paris.
Norwood & Lusk, (2011), "A calibrated auction-conjoint valuation method: Valuing porkand eggs produced under differing animal welfare condition", Journal of Environmental Economics and Management, vol 62, 80-94.
Zepeda et al. (2006),"Organic food demand: A focus group study involving Caucasian and African-American shoppers", Agriculture and Human Values.

Infos pratiques

Lieu(x) ville

- Grenoble

Campus

- Grenoble - Domaine universitaire

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 18 juillet 2023