


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 Nouvelle 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

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 pork and 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