



CRÉATIVITÉ, ERGONOMIE, DESIGN, INNOVATION, COMPÉTITIVITÉ

INNOVATIVE DESIGN AND CREATIVITY

Responsable(s): José PENUELAS, Damien CONSTANT

| Cours : 14.0 | TD : 0.0 | TP : 0.0 | Autonomie : 0.0 | BE : 11.0 | Projet : 0.0 | Langue du cours : FR

Objectifs de la formation

Partant de la notion de valeurs dans l'entreprise, et du positionnement de l'entreprise dans le contexte socio-économique, la nécessité d'innovation en entreprise est expliquée ; le positionnement de la Recherche et Développement dans le cadre d'une stratégie d'innovation est souligné. L'accent est mis sur le financement de l'innovation. La monétisation de l'innovation et les stratégies d'approche du marché sont élaborées en s'appuyant sur les techniques marketing de positionnement produit, pricing et développement de la proposition de valeur.

Mots-clés : TRIZ, Design Thinking, C&K, innovation, marketing, stratégie

Programme

Partie 1 :

1. Le marketing stratégique
2. Le besoin d'innover
3. L'analyse quantitative et financière
4. R&D et gestion de l'innovation
5. Construire un business plan

Partie 2 :

1. Différentes approches de la créativité. Méthode de résolution de problème (méthode

Compétences

- Modéliser un problème au sein d'un système technique : Idéalités, contradictions techniques.
- Proposer des solutions innovantes en se basant sur des principes de TRIZ.
- Analyser une proposition de design.
- Établir un business plan à partir d'une étude de cas.

Travail en autonomie

Objectifs : Étude de cas en innovation.

Méthodes : Travail par groupe de 3 élèves, restitution orale.

Bibliographie

Altshuller G., , *ET SOUDAIN APPARUT L'INVENTEUR : LES IDÉES DE TRIZ.*, Seredinski (Avraam), 2016

Contrôle des connaissances

Partie 1:
Restitution de l'étude de cas.