

Business model innovant

Niveau d'étude
Bac +3

Composante
**Institut d'Administration
des Entreprises (IAE)**

Période de l'année
Semestre 6

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** A distance
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Objectifs

L'objectif principal du cours est d'apprendre à connaître un Business Model Innovant, ses apports organisationnels et entrepreneuriaux.

Le Business Model (BM dans la suite du texte) est un buzzword, une expression se diffusant à la fois rapidement et largement, mais dont les contours sont flous, dont le contenu n'est pas assimilé et dont la durée de vie reste à déterminer.

Le business model ou modèle économique décrit les principes selon lesquels une organisation crée, délivre, et capture de la valeur. Il positionne l'entreprise au sein de la chaîne de valeur, ses relations avec ses clients, fournisseurs et partenaires afin de générer du profit. Le BM traditionnel qui se résume entre la production et la vente. Désormais, le BM innovant collabore avec des plateformes collaboratives de la nouvelle économie, à savoir l'e-commerce, Freemium, SaaS, etc.

Heures d'enseignement

Business model innovant - TD

TD

48h

Programme détaillé

Dans un premier temps, nous présenterons les différentes définitions du business model innovant, issues de la littérature et son importance. Nous mettrons en lumière la différence entre un business model et un business plan. Ensuite, nous préciserons les impacts de l'utilisation d'un business model sur l'environnement interne et externe de l'entreprise et les contraintes rencontrées. Et enfin, nous présenterons une panoplie de business models innovants, présents sur le marché avec des exemples concrets.

Bibliographie

Lequeux, J. L., & Saadoun, M. (2008). Quel business model pour mon entreprise. Editions Eyrolles.

Lecocq, X., Demil, B., & Warnier, V. (2006). Le business model, un outil d'analyse stratégique. L'expansion management review, (4), 96-109.

Osterwalder A., Pigneur Y. (2011). Business model nouvelle génération : un guide pour visionnaires, révolutionnaires et challengers. - Pearson, 288 p.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>