

# Prospective stratégique

Niveau d'étude  
**Bac +5**

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

Période de l'année  
**Semestre 3**

## En bref

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

---

## Présentation

### Description

L'objectif de ce cours est de comprendre en quoi les techniques de l'Intelligence Economique viennent supporter la démarche prospective et le processus d'innovation dans les entreprises et les organisations de recherche. Le principe du "Learning by doing" est mis en oeuvre car chaque étudiant devra réaliser un diagnostic stratégique d'une entreprise et sera ensuite confronté en groupe à une étude réelle de prospective.

### Heures d'enseignement

CM	CM	20h
TD	TD	6h

### Programme détaillé

- 1- Présentation du cours
- 2- Introduction à la prospective stratégique

- 3- Destruction créatrice et stratégie d'innovation
- 4- Généralités sur la notion d'innovation
- 5 - La pensée de Clayton Cristenssen
- 6 - La triple Hélice

## Compétences visées

Réponse client, analyse prospective

## Bibliographie

- Coutenceau, C., et Gaucher, J.-M. (2014). L'intelligence économique au service de l'innovation ([Paris]: Eyrolles).
- Moinet, N. et Deschamps, C. (2011). La boîte à outils de l'intelligence économique. (Dunod).
- Le Loarne-Lemaire, S., et Blanco, S. (2012). Management de l'innovation (Paris: Pearson).
- Pelletier, A., et Cuenot, P. (2013). Intelligence économique, mode d'emploi: maîtrisez l'information stratégique de votre entreprise ([Montreuil, Seine-Saint-Denis]: Pearson).
- DEMIL B. ; LECOCQ X. et V. WARNIER, Stratégie et Business Models, Pearson
- ALLOUCHE J. et G. SCHMIDT (1996), Les outils de la décision stratégique, La Découverte, Collection « Repères ».
- D'AVENI R. (1995), Hypercompétition, Paris, Vuibert.
- DE GEUS A. (1988), « Planning as learning », Harvard Business Review, Mars-Avril.
- GODET M. (1995), Prospective et planification stratégique, Paris, Economica.
- GODET M. (2007), Manuel de prospective stratégique, Tome 2, L'art et la méthode, Paris, Dunod.
- HAMEL G. et C.K. PRAHALAD (1995), La conquête du futur, Interéditions.
- HAMEL G. (2007), La fin du management. Inventer les règles de demain, Paris, Vuibert
- HARVARD BUSINESS REVIEW (2000), Les stratégies de l'incertain, Paris, Editions d'Organisation.
- KAPLAN R.S. et D.P. NORTON (2001), Comment utiliser le tableau de bord prospectif pour créer une entreprise orientée stratégie, Paris, Editions d'organisation.
- KAPLAN R.S. et D.P. NORTON (2003), Le tableau de bord prospectif, Paris, Editions d'organisation.
- KIM W. et R. MAUBORGNE (2005), Stratégie Océan Bleu, Editions Village Mondial.
- LEROY F. (2008), Les stratégies d'entreprise, Paris, Dunod, Collection « topos », 3ème édition.
- PORTER M. E. (1986), L'avantage concurrentiel : comment devancer les concurrents et maintenir son avance, Paris, Interéditions.

---

## Infos pratiques

### Lieu(x)

# Poitiers-Centre Ville



## En savoir plus

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