

Stratégie prospective

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

L'objectif de ce cours est de développer des capacités d'anticipation, de créativité et d'innovation par la construction de scénarios innovants d'action stratégique et de scénarios d'usage.

Heures d'enseignement

CM CM 18h

Programme détaillé

1. Scénarios et stratégies marketing. Pourquoi ? Attitude prospective et focus stratégique
2. Usages de la prospective. Pour qui ? Avec qui ?
3. Les scénarios de stratégies marketing en pratique. Comment ? Construire des scénarios d'action stratégique – construire des scénarios d'usage
4. Application – Construction de scénarios

Compétences visées

Analyser les tendances et les ruptures de l'environnement des organisations
Développer une attitude créative vis-à-vis du futur
Gérer les parties prenantes des processus d'anticipation
Construire des scénarios prospectifs
Evaluer la durabilité des scénarios d'action stratégie

Bibliographie

Guyot J.-L., Brunet S., Construire les futurs, Presses universitaires de Namur, 2014.
Ramirez R., Wilkinson A., Strategic reframing. The Oxford scenario planning approach, Oxford university press, 2016.
Roubelat F., « Mouvement, planification par scénarios et capacités d'action », Stratégique, 113, 2016, pp. 169-188.
Roubelat F., Brassett J., McAllum M., Hoffmann J., Kera D., "Probing ephemeral futures: Scenarios as fashion design", Futures, vol. 74, 2015, pp. 27-36.
Wright G., Cairns G., Scenario thinking. Practical approaches to the future, Palgrave Macmillan, 2011.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/fr/portail-de-liae>