

MANAGEMENT DE L'INNOVATION - 2E ÉDITION

Ouvrage coordonné par Bérangère Szostak & Claudine Gay
Dunod, Collection Les fondamentaux business
320 pages
ISBN : 9782100837083

De la production d’idées à la distribution de produits ou services innovants, en passant

par le prototypage, le financement, ou encore l'industrialisation, l'innovation prend des formes diverses et variées et ce, dans tout secteur d'activité.

Que faire pour réussir le défi de l'innovation dans le contexte économique actuel ? Cet ouvrage fournit ainsi des clés du management de l'innovation en mettant notamment en lumière :

- la créativité organisationnelle (open innovation, design thinking…) ;
- les nouvelles manières de fabriquer et concevoir l'innovation grâce aux innovations technologiques et sociétales ;
- l'évolution du marketing d'innovation et l'empowerment des consommateurs ;
- le rôle du territoire comme cadre institutionnel et porteur de nouvelles formes d' organisation de l'innovation ;
- l'innovation de business model, notamment en économie collaborative et digitale ;
- le rôle stratégique de la propriété intellectuelle ;
- l'évolution des différentes modalités de financement de l'innovation.

Cette nouvelle édition est illustrée de nombreux cas d'entreprises réelles et propose des exercices et des sujets de réflexion pour accompagner les actuels et futurs managers de l'innovation dans la mise en place d'un cadre de pensée et d'action propice à l' innovation.