

L'intelligence économique au service de l'innovation

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : L'intelligence économique au service de l'innovation / Christian Coutenceau, François Barbara, Véronique Chapuis-Thuault... [et autres] ; préface de Jean-Marc Gaucher

Auteur(s) : Coutenceau, Christian (19..-....)

Autre(s) auteur(s) : Barbara, François
Chapuis-Thuault, Véronique
Everett, William
Gans-Combe, Caroline
Jacquin, Xavier
Poullain, Muriel
Valle, Claude
Vigouroux d'Arvieu, Edmond de
Mirande, Muriel (19..-....)
Racouchot, Bruno
Tissot, Alexandre

Autre(s) responsabilité(s) : Gaucher, Jean-Marc (Préfacier)

Publication : [Paris] : Eyrolles, DL 2014

Description matérielle : 1 volume (405 pages) : illustrations, graphiques, couverture illustrée en couleurs ; 24 cm

Collection : Stratégie

ISBN : 978-2-212-55773-2

EAN : 9782212557732

Appartient à la collection : Collection Stratégie 2103-5644

Classification décimale Dewey : 658.47

Note sur la responsabilité : Autres contributions : William Everett, Caroline Gans-Combe, Xavier Jacquin, Muriel Poullain, Claude Valle, Edmond de Vigouroux d'Arvieu, Muriel Mirande, Bruno

Racouchot, Alexandre Tissot (auteurs)

Note sur les bibliographies et les index : Bibliographie p. 393-400. Notes bibliographiques en bas de pages. Index

Résumé ou extrait : Cet ouvrage constitué de 50 fiches propose des méthodes et des outils directement opérationnels, dont certains innovants, pour : innover en collaboration avec votre écosystème ; construire des alliances pérennes tout en pilotant le patrimoine immatériel de votre entreprise ; veiller pour détecter les informations décisives avant les autres ; protéger vos actifs et ressources clés ; accroître vos capacités de financement des innovations ; transformer vos organisations pour les rendre promptes à intégrer les changements ; être un acteur d'influence en vous appuyant sur les valeurs intrinsèques et l'identité de l'entreprise ; développer l'attractivité de nos territoires, terreau des entreprises. La méthode Madie® d'aide à la décision par l'intelligence économique (mention spéciale au prix de l'intelligence économique 2008) est également détaillée et enrichie de nouveaux aspects. Cet ouvrage fait suite à une réflexion entreprise par des membres du groupe Technologies Avancées de HEC Alumni. Après un premier ouvrage (Guide pratique de l'intelligence économique, Eyrolles, 2009), le groupe de dirigeants et cadres dirigeants s'est élargi avec de nouvelles personnalités de divers horizons et fonctions, tous acteurs de la stratégie d'entreprise et apportant des visions complémentaires. Ensemble, ils proposent une approche pragmatique pour mettre nos entreprises en posture d'innovation permanente

Sujet - Nom commun : Intelligence économique

Innovation -- Aspect économique

Gestion d'entreprise

Planification stratégique