

NIVEAU « MASTER 2 »

MENTION : MANAGEMENT ET COMMERCE INTERNATIONAL

PARCOURS : STRATEGIES & MANAGEMENT INTERNATIONAL ("SMI")

INTELLIGENCE ECONOMIQUE & STRATEGIE D'INTERNATIONALISATION

ENSEIGNANT :

Nom :	FAMELI
Prénom :	Emanuele
Mail :	e.fameli@tuffconsult.com

OBJECTIFS DE L'ENSEIGNEMENT :

Apprendre à maîtriser l'art de détecter les menaces et les opportunités en analysant les informations utiles et stratégiques, pour les diffuser aux personnes décisionnaires de l'entreprise.

PRE-REQUIS :

Sans.

PLAN :

1 - Définitions et concepts
2 - Information et connaissance
3 - Les frontières de l'entreprise
4 - Pratique d'IE en entreprise
5 - Méthodes & Outil
6 - Étude de cas

ELEMENTS BIBLIOGRAPHIQUES :

- Baumard, 1997, *Information stratégique dans la grande organisation*.
- Bellon, 2001, *Fondements économiques de l'intelligence économique*.
- Bloch, 1998, *L'intelligence économique*.
- Colletis, 1997, *L'IE vers un nouveau concept économique*.
- De Bandt, 1995, *Services aux entreprises, Information, produit et richesse*.
- Fameli, 2004, *L'IE dans la PME*.
- Guilhaon, A., 2001, *L'IE un processus de création de savoirs*.
- Lesca, 1997, *Implantation d'une veille stratégique en réseau*.
- Rapport Martre, 1994, *L'IE en France*.