

NIVEAU « MASTER 2 »

MENTION : MANAGEMENT ET COMMERCE INTERNATIONAL

PARCOURS : STRATEGIES & MANAGEMENT INTERNATIONAL ("SMI")

INTELLIGENCE ECONOMIQUE

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 :

Notion en économie d'entreprise et veille concurrentielle.

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
- Guilhon 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