Descriptif de module

Domaine : Economie & Services
Filière : Economie d'entreprise

1. Intitulé de module : Choix d'école III Leadership & Innovation 2025-2026
Career Management & Idéation : recherches, méthodes et communication propres à l'innovation

Code : 5751

Type de formation :
☒ Bachelor ☐ Master ☐ MAS ☐ DAS ☐ CAS ☐ Autres :

Niveau :
☐ Module de base
☐ Module d'approfondissement
☒ Module avancé
☐ Module spécialisé
☐ Autres :

Caractéristique :
☐ Module obligatoire dont l'échec peut entrainer l'exclusion définitive de la filière selon l'art. 14, du Règlement de filière du Bachelor of Sicence HES-SO en Economie d'entreprise

Type :
☒ Module principal
☐ Module lié au module principal
☐ Module facultatif ou complémentaire
☐ Autres :

Organisation temporelle :
☒ Module sur 1 semestre
☐ Module sur 2 semestres
☒ Semestre d'automne
☐ Semestre de printemps
☐ Autres :

2. Organisation

Crédits ECTS : 6

Langue principale d'enseignement :
☒ Français
☐ Allemand
☐ Autres :
☐ Italien
☒ Anglais

3. Prérequis

☐ Avoir validé le module
☐ Avoir suivi le module
☐ Pas de prérequis
☐ Autres :

4. Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage

Composante Career Management

- Comprendre les notions de carrière, d'employabilité et de projet professionnel
- Comprendre et connaître le marché du travail
- Comprendre les notions et formes de carrières
- Identifier son profil professionnel, ses compétences, ses attentes, sa personnalité et ses talents
- Identifier l'environnement et les options correspondant à son profil professionnel
- Savoir construire, adapter et présenter un projet professionnel
- Comprendre et pratiquer le recrutement traditionnel et digitalisé
- Maîtriser et pratiquer le réseau professionnel
- Comprendre le processus d'évolution de carrière et de réorientation de carrière
- Identifier l'employabilité durable et les enjeux sociétaux
- Développer une méthode de collecte de données et savoir en extraire les tendances associées

Composante Idéation

A la fin de du semestre, l'étudiant-e doit être capable de :

- Comprendre et appliquer les processus de création propres au design thinking
- Travailler individuellement et en groupe, étape par étape, dans le cadre d'un projet innovant et selon les principes propres au design thinking
- Connaître les notions-clés liées au concept d'innovation, et ce du point de vue de l'entreprise
- Connaître le fonctionnement de l'entreprise dans le cadre de ses micro/macro-environnement et de lier ses connaissances aux autres cours de son cursus
- Créer un prototype à partir d'une idée d'innovation et communiquer efficacement vers un public-cible en fonction de ce prototype
- Comprendre les mécanismes fondamentaux de la communication interpersonnelle pour les appliquer à la défense d'un projet d'innovation
- S'exprimer efficacement dans différents contextes, avec aisance et en adaptant son message au public-cible
- Ajuster sa communication verbale et non verbale aux divers contextes professionnels et impliquer ses connaissances acquises dans les cours de communication et de marketing présents dans son cursus
- Argumenter de manière pertinente et cohérente

5. Contenu et formes d'enseignement

Composante Career Management

- Caractéristiques et enquêtes du marché du travail
- Formes de carrière responsables
- Bilan professionnel et personnel
- Projet professionnel, sens et valeurs
- Analyse personnalité, compétences, savoir-être, savoir-faire et talents
- Tendances et opportunités de formation continue
- Processus de recrutement
- Interventions et présentations externes d'acteurs et de professionnels du marché de l'emploi :
  Curriculum Vitae, Lettre Motivation, LinkedIn, outils de marketing de soi digitalisés
- Ateliers d'échange, mises en situation et coachings : Entretien d'embauche & Pitch
- Négociation
- Rencontre et échanges lors d'une Table ronde avec différents acteurs du monde public, parapublic et privé, engagés sur ces enjeux sociétaux du marché de l'emploi.

Alternance entre apports théoriques, échanges, mises en situation, debriefing et coaching.
Interventions de professionnel-es et ateliers. Organisation d'une table ronde avec toutes les classes et des professionnels RH des différentes institutions publiques et privées.

Exposition des « meilleurs posters » (enquête de terrain) réalisés par les étudiant-es lors des journées « Portes ouvertes de la HEG Genève » afin de montrer et de rendre encore plus concret à nos potentiels étudiant-es certains aspects de ce cours. Cela permet également de mettre en valeur les travaux réalisés par nos étudiant-es et d'accroître ainsi leur visibilité.

Composante Idéation

Le cours se donne sur quinze semaines. A noter qu'un projet d'idéation est d'autant plus efficace pédagogiquement si les périodes d'enseignements se suivent et offrent la possibilité – par leur amplitude – de réaliser des exercices comme le prototypage qui exigent un temps de réflexion/expérimentation adéquat.

Le cours est composé de différentes parties interactives ainsi que d'apports théoriques ou méthodologiques. Il tiendra compte principalement d'aspects liés à la communication et au design thinking. Il traitera de questions et de problématiques liées à l'économie en ce qu'elle concerne la « toile de fond » nécessaire à la réalité et la mise en œuvre de l'innovation.
Les étudiant-es sont invité-es à former des groupes de travail et à construire et gérer un projet innovant du début à la fin du semestre.

1. Design Thinking
- Compréhension, analyse, idéation, prototypage et tests.

2. Économie
- Les biens et services, l'offre et la demande, le concept d'innovation.
- Analyse micro- et macro-environnementale, circuits économiques.

3. Communication
- Schéma de communication, techniques de communication verbale et non verbale à appliquer pour la défense d'un projet d'innovation auprès d'investisseurs
- Techniques d'argumentation, rédaction professionnelle, création de supports visuels.

Stratégies d'enseignement

1. Approche théorique et pratique
- Séances combinant apports théoriques, exercices pratiques et travaux collaboratifs.

2. Travail en groupe
- Formation de groupes pour le développement et la gestion de projets.
- Constitution d'un « matériel » de présentation et de justification des projets (flyers, posters…)

3. Ressources pédagogiques
- Supports disponibles sur la plateforme Cyberlearn.
- Lectures obligatoires issues d'ouvrages spécialisés en design thinking, économie et communication.

6. Utilisation de l'Intelligence Artificielle

- Dans le cadre de l'enseignement, l'IA peut être amenée à être utilisée (Career Management).

- Dans le cadre de l'évaluation, les étudiant-es doivent respecter les consignes de la HES-SO Genève en matière d'Intelligence Artificielle générative et notamment en citant les sources correctement (Career Management).

7. Modalités d'évaluation et de validation

Composante Career Management

Travail individuel (50% de la note finale de la composante) : Réalisation d'un e-portfolio personnel & professionnel très complet présentant le profil de l'étudiant-e : compétences, savoir-faire, personnalité, valeurs, ses outils de marketing de soi (CV, Lettre motivation, Pitch) et son plan d'action personnel : formation, connaissance du marché de l'emploi.
Travail de groupe (50% de la note finale de la composante) : Réalisation d'une enquête de terrain concernant le marché de l'emploi (métier ou thématique liée à la gestion de carrière). Elaboration d'un poster et d'une présentation orale.

Composante Idéation

1. Évaluations continues (formatives) et test 1 (contrôle continu : 50%)
   Test de groupe en idéation : réalisation d'une page web de soutien (recherche d'investisseurs) de projet dans une démarche propre au crowdfunding (avec vidéo, texte d'appui, propositions de contreparties d'investissement participatif…)

2. Examen final (50%)
   Présentation en groupe pour défendre le projet d'innovation devant des investisseurs (40 minutes) : 20 minutes d'exposé et 20 minutes de questions-réponses.

3. Productions demandées non notées mais nécessaires à la validation du cours
   - Prototype final.
   - Poster et aide-mémoire synthétisant le projet.

Le résultat du module correspond à la moyenne pondérée des notes des composantes en fonction du nombre d'heures d'enseignement hebdomadaires prévues dans le plan d'études.
Cette pondération s'applique également aux étudiant-es répétant ce module durant la présente année académique.

8. Modalités de remédiation

☒ Remédiation obligatoire si le résultat du module est compris entre 3,5 et 3,9 / 6.
☐ Pas de remédiation
☐ Autres modalités :

Autres modalités de remédiation

En cas de remédiation, seule la note de l'examen de remédiation sera prise en compte.

Un module répété ne peut pas être remédié.

9. Bibliographie

Composante Career Management

L'ensemble de la documentation est disponible sur la plateforme collaborative utilisée pour cette unité de cours : Présentations, articles, fiches de travail.

Composante Idéation

Ouvrages de référence

Design Thinking

LEIFER, Larry, LEWRICK, Michael, LINK, Patrick, Le guide du design thinking – activez la méthode, Pearson, Paris, 2019

Economie

ANGWIN, Duncan, FRERY, Frédéric, JOHNSON, Gerry, REGNER, Patrick, SCHOLES, Kevan, WHITTINGTON, Richard, Stratégique, 12ème édition, Pearson, Paris, 2020, ISBN 9782326001558

KRUGMAN, Paul, WELLS, Robin, Microéconomie, 4ème édition, De Boeck Supérieur, Louvain-la-Neuve, 2019

Communication

ABRIC, Jean-Claude, Psychologie de la communication : théories et méthodes, Dunod, Paris, 2019

ADARY, Assaël, MAS, Céline, WESTPHALEN, Marie-Hélène, Communicator – Toute la communication pour un monde plus responsable, 9ème éd., Dunod, Paris, 2020

ADARY, Assaël, MAS, Céline, WESTPHALEN, Marie-Hélène, Communicator – Toute la communication à l'ère digitale !, 8ème éd., Dunod, Paris, 2018

AMADO, Gilles, GUITTET, André, Dynamique des communications dans les groupes, Armand Collin, Paris, 2017

MALAVAL, Philippe et al., Pentacom : communication, marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable, 4ème éd., Pearson, Paris, 2016, ISBN 978-2-3260-0129-9

Ouvrages de référence comportant une large base d'informations vulgarisées

Design Thinking

BRUNET, Emmanuel, La boîte à outils du design thinking, Paris, Dunod, 2019, ISBN 978-2-10-079730-1 (disponible à l'Infothèque)

Economie

ECHAUDEMAISON, Claude-Danièle (dir.), Dictionnaire d'économie et de sciences sociales, Nathan, Paris, 2012

Communication

DEVITO, Joseph A., CHASSÉ, Gilles, VEZEAU, Carole, La communication interpersonnelle : Sophie, Martin, Paul et les autres, 3ème éd., Édition du Renouveau pédagogique, Québec, 2014, ISBN 978-2-7613-5287-1

SCHMID MAST, Marianne, PALESE, Tristan, TUR, Benjamin, Leaderspritz : le cocktail du leadership interpersonnel, Presses polytechniques et universitaires romandes (PPUR), Lausanne, 2019

Ouvrages et articles de référence à vocation pratique

Design Thinking et innovation

DELADRIERE, Jean-Luc et al., Organisez vos idées avec le Mind Mapping, 4ème éd., Dunod, Paris, 2019.

STEVENS, Greg A., BURLEY, James, « 3000 Raw Ideas = 1 Commercial Success », Research Technology Management, Vol. 40, n°3, p. 16-27, 1997

STROMBONI, Carole, Innover en pratique – mener et réussir sa démarche d'innovation, Paris, Eyrolles, 2020, ISBN13 978-2-212-57276-6

TELLIER, Albéric, Nouvelles vibrations : s'inspirer des stars du rock, de la pop et du hip-hop pour innover, EMS Editions, Caen, 2020, ISBN : 978-2-37687-345-7

Economie

BRUNETTI, Aymo, Sciences économiques, Presses polytechniques et universitaires romandes (PPUR), Lausanne, 2019 ISBN13 978-2-88915-311-4

SNOPEK, Jennifer et Lukasz, Entrepreneur – L'essentiel avant de vous lancer, Georg Editeur, Chêne-Bourg, 2018

CVCI et BCV (auteurs), Guide pratique - Créer votre entreprise - pour vous aider à réaliser votre projet, Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie (CVCI) et Banque cantonale vaudoise (BCV), 2017
Disponible en ligne : https://www.cvci.ch/creation/

Communication

LIBAERT, Thierry, Le plan de communication, 5ème éd., Dunod, Paris, 2017, ISBN : 978-2-10-075868-5 (disponible à l'Infothèque)

MEYER, Bernard, Les pratiques de communication : de l'enseignement supérieur à la vie professionnelle, 2ème éd., Armand Colin, Paris, 2007, ISBN13 978-2-200-34751-2

MEYER, Bernard, Maîtriser l'argumentation, Armand Colin, Paris, 2011

Presse : propositions de lectures

- Magazine « Bilan » (Suisse) : https://www.bilan.ch/
- Magazine « PME Magazine » (Suisse) : https://www.pme.ch/
- Journal « Entreprise Romande » (Suisse) : https://www.fer-ge.ch/web/fer-ge/entreprise-romande
- Journal « Le Temps » (Suisse) : https://www.letemps.ch/
- Magazine « Harvard Business Review » (France) : https://www.hbrfrance.fr/

Exemple d'association suisse active dans le design thinking :

- Agile Suisse. https://www.agilesuisse.ch/