

Innovation Crunch Time

Domaine	Ingénierie et Architecture
Filière	Ingénierie des médias
Orientation	Ingénierie des médias (IM)
Mode de formation	Plein temps

Informations générales

Nom	: Innovation Crunch Time
Identifiant	: CRUNCH
Années académiques	: 2021-2022, 2022-2023
Responsable	: Nathalie Nyffeler
Charge de travail	: 60 heures d'études
Périodes encadrées	: 50 (= 37.5 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6
Projet									50

Connaissances préalables recommandées

Ouvert aux étudiant-e-s de dernière année Bachelor, ce cours se base sur les expériences et connaissances des étudiant-e-s constituant le groupe. Des cours théoriques spécifiques seront donnés aux étudiant-e-s pendant la semaine pour leur transmettre les outils nécessaires pour réaliser le challenge proposé par le partenaire externe.

Objectifs

- Expérimenter et vivre un processus d'innovation en mode sprint
- Découvrir les 5 phases du design thinking
- Mettre en oeuvre les outils jalonnant le processus: Team building - découverte et appropriation - reformulation du projet - idéation - esquisse - concept - prototypage - tests - pitching
- Apprendre à travailler en équipe interdisciplinaire dans un cadre professionnalisant

Les conditions de participation et spécificités de l'Innovation Crunch Time 2022 sont décrites dans le Règlement de participation disponible sur le site internet de la HEIG-VD : <http://heig.ch/crunch22>.

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Projet: 50 périodes

- Team building	4
- Redéfinition du challenge	8
- Idéation - esquisse - concept	16
- Prototypage - tests	16
- Pitching - présentation	6

Bibliographie

Brown, T. (2008). Design thinking. Harvard business review, 86(6), 84.

Brown, T. (2010). L'esprit design: le design thinking change l'entreprise et la stratégie. Pearson Education France.

Mauborgne, R., & Kim, W. C. (2015). Stratégie Océan Bleu: Comment créer de nouveaux espaces stratégiques. Pearson.

Knapp, J., Zeratsky, J., & Kowitz, B. (2017). Sprint: Comment résoudre les problèmes et trouver de nouvelles idées en cinq jours. Editions Eyrolles.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). La méthode Value proposition design. Paris: Pearson France.

Contrôle de connaissances

Projet : Le cours sera évalué par une équipe pédagogique ad-hoc sur la base des livrables rendus tout au long de l'exercice et de la présentation finale.

- Livrables rendus tout au long de l'exercice : pondération 60%
- Présentation orale : pondération 40%

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne projet x 1