

Descriptif de module

Domaine : Economie & Services
Filière : Economie d'entreprise

1. Intitulé de module : Choix d'école III Esprit critique & Innovation 2026-2027

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 entraîner
 l'exclusion définitive de la filière selon l'art. 14, du Règlement
 de filière du Bachelor of Science 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 ☐ Italien
☐ Allemand ☒ Anglais
☐ Autres :

3. Prérequis

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

4. Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage

Parcours Cogito

Cogito s'intègre au parcours autour de la formation à l'esprit critique à la HEG (notamment avec les cours de méthodologie, de Business Literacy, les parties touchant à l'éthique dans les cours, la préparation au travail de diplôme et le travail lui-même). Il permet à chaque étudiant-es de suivre un programme étape par étape. Cet organisme de formation, qui nous accompagne désormais, est né du constat que dans un monde saturé d'informations, de slogans et de vérités toutes faites, il devient fondamental d'avoir les clés de lecture et les outils pour prendre de la hauteur critique. Cela passe par la manière de s'informer, de débattre, de raisonner avec rigueur et de douter avec méthode. L'esprit critique est une compétence tout autant théorique, analytique que pratique qui devient une compétence professionnelle utile et nécessaire pour les futur-es managers.

Comme le dit le programme Cogito, « Bonne nouvelle : l'esprit critique, cela s'apprend ! »

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

Parcours Cogito

Les étudiant-es devront réaliser le parcours Cogito dans le courant du semestre d'automne et au plus tard avant **la fin janvier 2027** afin de valider le module Choix d'école III Esprit critique et innovation et ce quel que soit la moyenne obtenue à la composante Idéation.

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 binôme
 - Formation de binôme 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'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.

7. Modalités d'évaluation et de validation

Parcours Cogito

La validation de Cogito s'effectuera sur le principe «Acquis/Non-acquis » en fonction de la réalisation de l'intégralité du parcours Cogito par les étudiant-es.

Composante Idéation

1. Evaluation 1 : Questionnaire individuel de type Innosuisse sur Cyberlearn - 20 % de la note finale
2. Evaluation 2 : Rendu d'une vidéo de 1 min présentant le prototype de l'idée d'un point de vue de la faisabilité technique - 30 % de la note finale
3. Evaluation 3 : Rendu d'une vidéo podcast individuelle (interviewer : autre membre du binôme) - 50 % de la note finale

Pour pouvoir réaliser le questionnaire ; un taux de présence d'au moins 3 journées sur les semaines 2 à 5 est requis. Relevé des présences.

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 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, SCHOLLES, 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

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/>