

Faire de la stratégie à l'ère du digital

ECTS : 6

Description du contenu de l'enseignement :

Ce cours est décliné en 2 modalités pédagogiques combinées :

- les **cours magistraux**, consacrés à l'entreprise Apple, permettent d'adresser l'ensemble des concepts indispensables à la bonne compréhension des modèles d'affaires à l'ère numérique.
- En parallèle, **au sein des travaux dirigés**, les étudiants travaillent les notions en les appliquant à des cas d'entreprise diversifiés, qui sont soit présentés en séance, soit disponibles sous la forme d'un podcast à écouter préalablement ([lien vers le podcast Nouvelles stratégies](#))

Compétence à acquérir :

Au terme de ce cours l'étudiant·e sera capable :

- de comprendre **les effets de la transformation numérique de nos sociétés** sur les mécanismes de création de valeur
- d'identifier les différents **effets de réseau** à l'oeuvre dans les modèles d'affaires des entreprises à l'ère numérique
- de comprendre **l'importance de la donnée** et les différentes manières de créer de la valeur à partir de celle-ci
- d'analyser la nouvelle dynamique concurrentielle générée par les **modèles d'affaires de plateformes**.
- d'appréhender la part de la proposition de valeur **réalisée par le client lui-même**.
- de **construire un modèle d'affaires nouveau** à partir de l'ensemble des compétences précédentes.

Mode de contrôle des connaissances :

Les étudiants sont évalués au travers d'un projet de création de modèles d'affaires mobilisant les leviers stratégiques identifiés. Ce travail fait l'objet d'une restitution sous la forme d'une courte vidéo et d'un document détaillé. Les meilleurs modèles d'affaires sont ensuite présentés devant un panel d'entrepreneurs.

Document susceptible de mise à jour - 15/02/2026

Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16