Sociologie de l'innovation

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Ressources sociales à la base de l'innovation.
- L'innovation comme comportement collectif et individuel.
- Individu innovant/système innovant.
- Modèles de diffusion de l'innovation : comment la structure sociale (qui communique avec qui) détermine l'influence des idées et produits.
- Différence de diffusion selon les modèles : effet de seuil, masse critique etc.
- Two-step flow.
- Opinion Leader/Broker.
- Comprendre les concepts théoriques sociologiques de l'analyse des réseaux sociaux.
- Développer les techniques d'analyse de réseaux.
- Identifier les différentes formes de la contagion (contact direct, équivalence structurale, popularité, appartenance au groupe ou système d'adoption).

Compétence à acquérir :

- Se repérer dans la cartographie théorique relative aux innovations en sociologie.
- Opérer le changement d'unité statistique de l'individu vers les relations.
- Maîtriser les principes fondamentaux de l'analyse de réseaux.
- Analyser des bases de données relationnelles et maitriser les grands indicateurs (centralité, intermédiarité etc.).
- Utiliser des logiciels d'analyse de réseaux.

Mode de contrôle des connaissances :

dossier : lecture d'un article académique et projet autour de la part relationnelle d'une innovation

Bibliographie, lectures recommandées :

Coleman, J., Katz, E., & Menzel, H. (1957). The diffusion of an innovation among physicians. *Sociometry*, *20*(4), 253-270.

Valente, T. W. (1995). *Network models of the diffusion of innovations* (No. 303.484 V3).