

Chronique bibliographique

par Yves Soulabail

Faire partager sa stratégie

par Geneviève Krebs *AFNOR* - 35,00 €

Pour être performante, l'entreprise d'aujourd'hui doit avoir une vision stratégique qui soit partagée par tous, collaborateurs et dirigeants. Pour construire cette vision et assurer sa cohérence, l'entreprise doit aller au-delà des seuls règlements et procédures, et s'appuyer sur une identité collective qui devient le point de référence de l'ensemble de ses collaborateurs. L'auteur nous donne les clés pour élaborer, préparer et piloter une vision stratégique partagée dans laquelle chacun pourra se reconnaître, tant au niveau de ses valeurs que de son travail au quotidien.



Droit du marketing

par Nicole Ferry-Maccario *Pearson Education* - 29,00 €

Impossible de pratiquer le marketing sans tenir compte d'un cadre juridique de plus en plus complexe. Cet ouvrage présente textes de loi et jurisprudences applicables et en explique les termes, les pièges et les conséquences. Il est organisé en trois parties autour des principales activités du marketing : la protection des éléments d'identification de l'entreprise et de ses produits ou services (nom, logo, slogan, jingle, forme, couleur, etc.); la publicité (protection et limites de la création publicitaire); la promotion des ventes (concours publicitaires, primes et cadeaux, revente à perte, mailing et courrier électronique).



La gestion des nouvelles organisations virtuelles - Un sport extrême

par Anne Marrec *Les presses de l'Université Laval* - 35,00 €

L'implantation d'un système informatique a très souvent été le révélateur des problématiques fonctionnelles d'une entreprise ou d'une administration. L'arrivée d'Internet est dans le même sens un énorme projecteur braqué sur les organisations et leurs gestionnaires et dirigeants. Ce livre, écrit par une praticienne de la gestion des organisations virtuelles, offre une réponse documentée et vivante que les gestionnaires et dirigeants en exercice auront intérêt à lire, comme d'ailleurs les étudiants en administration déterminés à assurer la relève.



La saga du commerce français

par F. Carlier-Lossouarn et O. Dauvers *Editions Dauvers* - 27,00 €

Du Bon Marché à Ooshop.com, de Boucicaud à Carrefour, le commerce français a considérablement évolué. Sous l'influence d'une poignée d'hommes de génie, visionnaires, et de quelques idées simples, le commerce français occupe désormais une place de choix sur l'échiquier mondial. Voilà un ouvrage retraçant les parcours des plus grands.



La société malade de la gestion

par Vincent de Gaulejac *Seuil* - 19,00 €

La gestion, selon l'auteur, constitue une idéologie qui légitime la guerre économique et l'obsession du rendement financier. Il s'agit moins d'un pouvoir autoritaire et hiérarchique que d'une incitation à l'investissement illimité de soi dans le travail pour tenter de satisfaire ses penchants narcissiques et ses besoins de reconnaissance. Or, pour comme pour mieux assurer son emprise, cette logique déborde hors du champ de l'entreprise et colonise toute la société. Aujourd'hui, tout se gère, les villes, les administrations, les institutions, mais également la famille, les relations amoureuses, la sexualité... Peut-on repenser la gestion comme l'instrument d'organisation et de construction d'un monde commun où le lien importe plus que le bien? C'est en tout cas la piste qu'ouvre ici le diagnostic du sociologue clinicien.



La Francophonie dans le monde

collectif *Editions Larousse* - 19,00 €

Combien y a-t-il d'apprenants de français en Roumanie ou au Viêt Nam, en Algérie ou en Australie ? Qu'en est-il de l'usage du français dans les organisations internationales ? À combien peut-on estimer le nombre de francophones au Burkina Faso, au Canada ou en Tunisie ? À toutes ces questions peuvent s'ajouter quantité d'autres dont la réponse se trouve dans cet ouvrage. Comme le souligne le Secrétaire général de la Francophonie, Abdou Diouf, cet ouvrage est « à la fois le reflet fidèle de la situation du français dans le monde et la carte orientée des réalités francophones dans tous les domaines : culture, démocratie, développement, technologies de l'information, médias... ».



Manuel de gestion interculturelle

par Jean-Marie Fèvre

Édité à compte d'auteur - jmfevre@iut.univ-metz.fr

En dépit de l'internationalisation croissante du processus de gestion dans le cadre de la mondialisation, le facteur culturel est sous-estimé. Les conséquences en termes de frustrations, de gaspillage en sont énormes. L'auteur cherche ici à réparer cet écueil.



Le management de l'intelligence collective - Vers une nouvelle gouvernance

par Olivier Zara *M2 Editions* - 20,00 €

L'intelligence collective, le Knowledge Management, le développement durable, les technologies de l'information représentent aujourd'hui des défis importants pour toutes les entreprises. Mais, au-delà de la théorie, des concepts, se pose la question du comment ? Ce livre apporte enfin les outils, méthodes et processus que les équipes, les dirigeants et les managers peuvent utiliser pour mobiliser et mettre en œuvre l'intelligence collective.



Le développement durable - Le management de l'entreprise responsable

par Patrick d'Humières *Editions d'Organisation* - 35,00 €

En dépit des référentiels internationaux et des expériences des groupes pionniers, les entreprises cherchent leur voie. Elles subissent des réglementations croissantes et la pression de la communauté financière, d'agences de notation spécialisées, des ONG et de l'opinion pour se comporter de façon éthique, écologique et transparente. On attend d'elles une bonne gouvernance et une maîtrise de leurs risques à long terme. Ce dilemme réclame un nouveau type de management, plus ouvert sur la société, plus complexe aussi et tourné vers le long terme. Ce modèle est décrit intégralement dans ce livre, véritable « mode d'emploi » du management du développement durable.

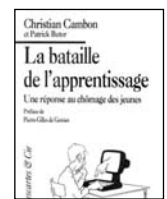


La bataille de l'apprentissage - Une réponse au chômage des jeunes

par Christian Cambon et Patrick Butor

Descartes et Cie - 16,77 €

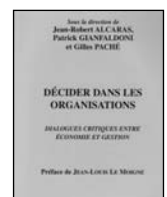
Malgré les différentes mesures de relance, l'apprentissage reste mal connu. A travers les témoignages d'apprentis et de professionnels, les auteurs plaident pour une reconnaissance de l'apprentissage comme une véritable voie de formation.



Décider dans les organisations - Dialogues critiques entre économie et gestion

sous la direction de J.-R. Alcaras, P. Gianfaldoni et G. Paché *L'Harmattan* - 21,50 €

La décision intéresse au premier chef les sciences économiques et les sciences de gestion et, au-delà, l'ensemble des sciences de l'homme et de la société. En effet, afin de produire ou de consommer des biens ou des services, les Hommes doivent d'abord produire des décisions. Autant dire que ces disciplines devront toujours rester attentives à la façon dont se déroule la prise de décision dans les organisations.



L'économie sociale et solidaire face aux expérimentations monétaires

par Pantaleo Rizzo *L'Harmattan* - 18,30 €

L'économie sociale et solidaire a intégré dans son champ d'action et de relation les expérimentations monétaires qui utilisent de l'argent, mais elle ne parvient pas vraiment à intégrer celles qui ne l'utilisent pas, telles que le SEL (Système d'Échange Local). Par cet ouvrage, on propose une distinction entre le champ des monnaies sociales et celui des monnaies multilatérales, autant que leur possible utilisation complémentaire, au niveau de chaque personne.



Certification qualité

par Christian Doucet *INSEP Consulting* - 33,00 €

Comment mieux rentabiliser la démarche de certification qualité? Comment en faire un levier pour développer les ventes? L'auteur adopte un point de vue résolument opérationnel; il montre comment utiliser la démarche qualité pour focaliser l'attention sur la satisfaction des clients, développer l'efficacité, la rentabilité, le CA. Il reprend de façon précise les composantes de la démarche qualité: stratégie qualité, assurance de la qualité, structure documentaire, organisation et gestion de la qualité, indicateurs, audits, résolution de problème, qualité globale...



L'économie sociale à portée de main

Collectif *Animafac* - www.animafac.net

Créer une boutique en ligne de produits issus du commerce équitable ou une fromagerie communautaire en Equateur. Mettre des vélos à la disposition des étudiants d'un campus, tenir en haleine 24 heures sur 24 les auditeurs d'une radio sur les ondes FM ou organiser tout au long de l'année les pratiques artistiques de jeunes talents qui se produiront en fin d'année pour le plus grand plaisir de la population... Autant de projets présentés dans ce petit guide très pratique.



Les mutations du consommateur Français

par Franck et Walther Oettgen *Editions EMS* - 20,00 €

La société est en constante évolution et la consommation, moteur de l'économie, connaît de profonds changements. Des outils marketing qui permettent de cibler, de répondre aux attentes du consommateur, se sont développés et perfectionnés. Cependant, leur efficacité est toute relative. Les auteurs proposent d'appréhender ce nouveau consommateur au travers de quatre orientations: historique, sociologique, opérationnelle, alternative. Toute personne intervenant, au titre de consultant ou d'opérationnel, dans les domaines du marketing ou du commercial trouvera donc ici outils et méthodes pour une mise en œuvre immédiate.



Les chantiers du manager

par Denis Segrestin *Armand Colin* - 25,00 €

Le management est devenu un art du mouvement. Comment prendre ses marques dans le maquis de l'innovation managériale? Tel est l'objet de ce livre, œuvre d'un sociologue qui, au terme de longues enquêtes, rend ici témoignage de ce qu'un regard profane peut retenir de ce tohu-bohu. Soucieux de prendre le changement au sérieux, l'auteur retient sept innovations emblématiques. Il les évalue une par une, mettant en regard la nature du projet, les outils qui l'accompagnent, les conditions de son appropriation sur le terrain. Tous y trouveront une réflexion détachée des modes, des remèdes miracles et des urgences de l'action.



Tableaux de bord - Pour diriger dans un contexte incertain

sous la direction de Gérard Balanzian

Editions d'Organisation - 38,00 €

Pas moins de vingt et un professionnels se sont regroupés sous la houlette du directeur de l'Institut du management de l'information de l'Université de technologie de Compiègne, pour conduire le lecteur à découvrir de nouveaux indicateurs et outils pour avancer dans un monde en mutation.



Les organisations non gouvernementales et le management

Coordonné par E. Quéinnec et J. Igalens *Vuibert* - 25,00 €

Le concept d'ONG qualifie, aujourd'hui, la forme institutionnelle par excellence de la société civile, l'équivalent « citoyen » de ce que « l'entreprise » est à la production et au commerce. Tenter une comparaison, voire un rapprochement entre l'une et l'autre est un exercice périlleux. En combinant un savoir fondamental, relatif aux organisations humaines, et une connaissance spécifique des ONG, cet ouvrage entend contribuer aux réponses faites à ces questions et participer, plus largement, à la compréhension du « fait ONG ».

