Management Des Entreprises Par Les Cas

Cet ouvrage expose sous forme pédagogique les concepts, outils et méthodes nécessaires à la formulation (analyse ou diagnostic) et à la mise en œuvre (management ou choix) de la stratégie d'entreprise. Les concepts et méthodes sont discutés avec des bibliographies adaptées et accompagnés d'illustrations et d'applications corrigées. Ce livre s'adresse à des publics de formation initiale et continue, niveau licence et master.

Les pensées et les pratiques managériales, dans un monde de plus en plus complexe et de plus en plus versatile surtout avec les événements de 2020 doivent, comme le disait Edgar MORIN, dissiper les brouillards et les obscurités, mettre de l'ordre et de la clarté dans le réel, révéler les nouvelles lois et procédures qui gouvernent l ' entreprise et qui façonnent un nouvel environnement dans lequel les organisations et les pays doivent évoluer durant ce XXIe siècle. Ainsi, les processus de gestion relatifs à la planification, l ' organisation, la direction, la supervision, la coordination et le contrôle au niveau des entreprises doivent être revus avec un regard neuf. C ' est également le cas des nouveaux modèles de développement économique et social, objets de nouvelles réflexions un peu partout dans le monde contemporain. Face à la complexité des données de l ' environnement et des modes de gestion, il faut envisager de nouveaux paradigmes qui peuvent dépasser les écueils et les risques générés par les modes de gouvernance inscrites dans les conceptions ultra libérales et qui ont montré leurs limites et ceci depuis la crise des subprimes de la fin des années 1990. La question est posée, la réflexion est engagée et les voies d ' un nouveau futur doivent être trouvées avec, non seulement des modèles économiques, des processus scientifique et technologique, mais également un nouveau pacte social et culturel. Ce manuel est un outil à mettre à la disposition des étudiant(e)s de première année des facultés des sciences juridiques, économiques et sociales, des écoles de gestion et de commerce publiques et privées et même les écoles d ' ingénieurs qui assurent des cours de Management.

Comment les entreprises évoluent ? Quels sont les mécanismes organisationnels et humains à l'origine des transformations ? Comment conduire un changement de structures ? Pour apporter des éléments de réponse à ces questions, cet ouvrage mobilise la théorie de la structuration sociale d'Anthony Giddens avec l'objectif de la confronter aux pratiques de management. L'ouvrage débute avec un ensemble d'expériences concrètes d'actions de changement dans des P.M.E. et des grands groupes. L'ensemble des articles a été présenté à l'occasion d'une journée de recherche à l'Institut de Recherche en Gestion de l'Université Paris XII Val de Marne. Elles sont organisées selon quatre thèmes : la routinisation et l'institutionnalisation, la dualité du structurel, l'acteur compétent et les phénomènes émergents. Les différentes contributions présentent une lecture gestionnaire de la théorie de la structuration sociale et permettent une réflexion en terme de management de l'action et du changement pour les chercheurs et les cadres dirigeants. Les méthodes ABC, l'implantation d'un nouveau système d'information, l'importance des rencontres entre acteurs, le télétravail, les changements dans les modes de distribution, l'audit interne ou les ressources humaines sont abordés par les théories et les pratiques des entreprises.

Le précédent ouvrage d'Avivah Wittenberg-Cox, Womenomics, montrait en quoi les femmes constituent un levier de développement primordial pour les entreprises, Mixité dans l'entreprise, mode d'emploi explique comment y parvenir : comment favoriser l'innovation, la performance, comment mieux comprendre ses clients, grâce à la mixité dans l'entreprise ? Avivah Wittenberg-Cox propose ainsi quatre étapes pour construire une stratégie de croissance basée sur le " bilinguisme " femmes/hommes. L'audit - où en est l'équilibre de votre entreprise aujourd'hui ? ; La sensibilisation - faire découvrir à vos managers tout ce que la mixité peut apporter à votre entreprise et les convaincre d'adhérer à la démarche ; L'harmonisation - inscrire l'équilibre hommes-femmes dans l'ADN de votre entreprise ; La pérennisation - mesurer les progrès et maintenir l'élan. S'appuyant sur de nombreux exemples et témoignages, Avivah Wittenberg-Cox décrit très concrètement ce management d'un nouveau genre qui ouvre de nouvelles perspectives aux entreprises.

création, succession, gouvernance et management

Information, communication et management dans l'entreprise : quels enjeux?

Analyse et management stratégiques

La vitalité organisationnelle

Osez manager par l'enthousiasme

l'essentiel de la gestion par les meilleurs professeurs

La 4e de couverture indique : "Les entreprises familiales sont des organisations singulières dans le paysage économique. En Europe, elles représentent entre 60 et 85% des entreprises, de 60 à 70% du PIB et 60 à 65% de l'emploi salarié. Qu'elles soient, ou non, cotées en Bourse, adopter des stratégies proactives pour faire face à leur environnement interne et externe constitue un atout stratégique pour les dirigeants, afin de répondre aux préoccupations de rentabilité, de notoriété et de valorisation de leur entreprise. Elles ont des enjeux de gouvernance, de transmission et un modèle d'organisation spécifique. C'est un marché important pour les consultants, les professionnels libéraux réglementés, les organismes et les associations, qui ont bien compris les particularités de ces entreprises et leur proposent un accompagnement adapté. L'édition de ce 24e colloque d'automne de l'Iseor rassemble les principaux acteurs concernés par les enjeux économiques et sociaux des entreprises familiales, des personnalités politiques et institutionnelles, des représentants des structures professionnelles, des dirigeants et des cadres d'entreprises, des associations d'appui aux entreprises familiales et à la création d'entreprise, des consultants ainsi que des experts et des chercheurs. Ils présentent des initiatives innovantes d'entreprises qui cherchent activement les meilleurs moyens de se développer dans le dur contexte stratégique actuel. L'ouvrage met aussi en évidence, par de nombreux témoignages internationaux de dirigeants, cadres d'entreprises industrielles, tertiaires et d'organisations de service public, l'efficacité et l'expertise du management socio-économique implanté avec succès depuis plus de 37 ans, par des dirigeants d'entreprises familiales telles que : Brioche Pasquier, Ninkasi (France), Technord (Belgique) et Centro de Distribución Parque (Argentine). C'est aussi le cas de : Groupement des chefs d'entreprises, Charbonnel Interiors, Université St Thomas, (Etats-Unis), IUT de Saint-Étienne, AC Conseil, Chambre Départementale des Notaires du Rhône, Conseil Régional des Notaires, Square Circle (Belgique), AFPE, Universidad Autónoma del Estado de Baja California (Mexique), Universidad Autónoma de Aguascalientes (Mexique), FOREM (Belgique), Ministère de la Fonction Publique du Gouvernement Fédéral (Mexique), URSSAF du Rhône, Schneider Electric, Institut Supérieur des Métiers (ISM), Conseil Régional de l'Ordre des Architectes, Mermet, Stanley Solutions de Sécurité, Mutualité Chrétienne Hainaut Picardie (Belgique), Norsys-Afrique Marrakech (Maroc), SYNTEC Conseil en Recrutement, Centre National d'Enseignement de la Profession Notariale (CNEPN), Jean-Michel ROUX et Stanislas ROUX, Notaires, Hôpitaux de la Congrégation Sainte Thérèse, Beyrouth (Liban), ON SEN Conseil, Chambre Professionnelle du Conseil, Chambre de Commerce et d'Industrie (Lyon) et Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (Mexique). Le concept de management socio-économique, né en Europe, est largement publié aux Etats-Unis, où son originalité a été reconnue par l'Academy of Management."

Le monde a connu au cours des deux dernières décennies des changements dont la nature et l'ampleur s'avèrent considérables. Face à ces changements, les fondements théoriques sur lesquels repose le management des organisations semblent en partie vaciller. L'ambition de cet ouvrage est de contribuer à esquisser les grandes lignes d'une réflexion prenant en compte, de manière intégrée, les principales évolutions du management des entreprises aujourd'hui. Il s'organise en deux parties. Une première série de chapitres tente d'appréhender directement certaines des transformations récentes, et leurs implications managériales. Les auteurs y abordent des thématiques telles que la Responsabilité sociale des entreprises (RSE), les enjeux renouvelés du contrôle de gestion, l'innovation dans les services, ainsi que l'ouverture des processus d'innovation et le développement des stratégies d'influence. Une deuxième série de chapitres s'attache alors à approfondir les cadres dans lesquels s'inscrivent les changements des organisations : ainsi, certains auteurs intègrent des disciplines différentes des sciences de la gestion et du management pour développer des analyses interdisciplinaires, tandis que d'autres proposent une prise de recul par rapport à certains outils du management stratégique et aux méthodes d'investigation généralement utilisées. Dans tous les cas, l'étude des grandes tendances d'évolution du management actuel, tant dans les pratiques que dans les théories, constitue le coeur de la réflexion.

Ce rapport sur Le management durable au cœur des organisations, au cadre trop général, permet à tous types d'acteurs de s'en approprier le contenu et d'en proposer des interprétations libres. Les stratégies mises en place au nom de la durabilité soulèvent, alors, un grand nombre d'incertitudes. C'est afin de mieux définir ces problématiques de management de la performance durable que des chercheurs des mondes académique et professionnel ont été réunis. Des propositions visant à dépasser les approches trop souvent conceptuelles ont été privilégiées au profit de l'étude des pratiques de management durable en entreprise. Le management durable au cœur des organisations traite des fonctions différentes au sein des entreprises (marketing, achats, logistique, etc.), des périmètres variés d'application du développement durable (entreprise, supply chain, région spécifique) et des différents cadres théoriques et méthodologiques (parties prenantes, théorie néo-institutionnelle, théorie des ressources, etc.).

Ce livre présente en 15 chapitres l'ensemble des connaissances nécessaires à la compréhension du management de l'entreprise. Il présente le management et ses objectifs, décrit les différentes fonctions qui composent les entreprises et offre une introduction à la stratégie. Au total, une présentation synthétique, actualisée et rigoureuse du management et de la gestion des entreprises.

vers un nouveau comportement des entreprises?

innover par la collaboration et le lean management

Management des entreprises - 2e éd.

Management de la petite entreprise des loisirs sportifs

Les défis de la petite entreprise internationale

Management des entreprises en difficulté

Manager les entreprises en difficulté ? Est-ce possible ? Existe-t-il une recette miracle pour passer de la défaillance à la croissance ? Manager revient à élaborer une stratégie pour conduire au mieux les intérêts de l'entreprise, renouer avec le cercle vertueux de la croissance économique, maintenir les emplois. La loi de sauvegarde des entreprises, en date du 26 juillet 2005, tente d'apporter un nouveau regard sur les difficultés économiques des entreprises. Il s'agit, en grande partie, de mettre fin au fatalisme qui visait à penser que la cessation des paiements était synonyme de liquidation judiciaire et qu'aucune autre issue n'était envisageable. Désormais, la priorité affichée est la sauvegarde des entreprises, le maintien de l'activité économique et des emplois. L'objectif ambitieux de cet ouvrage est de présenter une vision dynamique et multidisciplinaire du traitement des entreprises en difficulté. Ce livre ne se veut pas un recueil descriptif de concepts mais, au contraire, tente de proposer une réflexion managériale de cette problématique majeure. Plus précisément, il s'agit de présenter les enjeux de la sauvegarde des entreprises en difficulté au travers trois dimensions majeures : économique : les origines des difficultés économiques, leurs effets et leur place dans l'économie ; juridique : la loi de sauvegarde des entreprises (SADE) a profondément modifié l'état d'esprit et l'approche des entreprises en difficulté en associant davantage les créanciers dans le processus de sauvegarde. Le leitmotiv serait qu'il faut agir vite pour rebondir plus vite. Un panorama des législations étrangères en la matière met en lumière la forte influence de la législation américaine ; sociale : au-delà des conséquences économiques et juridiques, il est important de souligner les répercussions des difficultés rencontrées par les entreprises sur l'emploi, tant d'un point de vue qualitatif que quantitatif. Cette dimension rappelle que trop souvent le facteur humain est considéré comme un facteur de production " ordinaire " au même titre que le capital en occultant l'indispensable phase d'accompagnement des salariés. A partir de ce prisme pluridisciplinaire, les actions (politiques, structurelles, organisationnelles et sociales) pour sauvegarder les bassins d'emplois sont mises en avant pour aider au maintien de l'activité économique. Cette présentation s'adresse aussi bien aux étudiants des universités et écoles de commerce, aux candidats de concours administratifs qu'aux professionnels, désireux d'appréhender cette thématique sous un nouveau regard pour en saisir toute l'étendue.

Ce livre s'adresse aux professionnels et aux étudiants qui ressentent l'insuffisance d'une définition des services basée sur une vision industrielle de l'économie. Pour comprendre ce qui est en jeu dans la gestion des services, il convient de renverser cette vision et de prendre pour référence la relation au client. Cette nouvelle perspective permet de répondre à la question essentielle : comment partir de la valeur perçue par le client afin de la déployer à travers l'organisation ? Pour aider les responsables à penser leur activité de service de manière opérationnelle, l'auteur conteste la distinction traditionnelle entre service et industrie : les services seraient un reliquat (ce qui n'est ni agriculture, ni industrie) sans définition propre, alors qu'ils représenteraient plus des deux tiers de l'économie des pays développés ! Il propose donc de distinguer entre les activités d'" avant-scène " et celles d'" arrière-scène " car toute entreprise comprend une part de services et une part de production. Au cours de l'expérience d'un service, le client en ressort " transformé " ou trouve une solution. C'est cette interaction avec le client qu'il s'agit de gérer et de déployer. Cette approche opérationnelle des activités de service s'applique à toutes les entreprises, dans tous les secteurs. Elle s'appuie sur de nombreux outils d'analyse originaux : en particulier, la matrice d'intensité de service et le triangle des services, dont les trois pointes sont le client, l'entreprise et le personnel de première ligne.

De nombreuses grandes entreprises françaises ont perdu leur vitalité organisationnelle, ce mélange d'agilité, de fluidité et de réactivité. Ce sont rarement leurs dirigeants qui en font le constat. Ce sont les clients, les actionnaires, les collaborateurs ou les fournisseurs qui le disent. Elles sont devenues des grosses technostructures au cerveau hypertrophié et aux jambes atrophiées. Or, si elles veulent continuer à jouer la course en tête ou au moins rester dans le peloton, elles vont devoir se réinventer : changer en profondeur leurs organisations, repenser leur management, réinstaller les systèmes de leadership qui leur font défaut aujourd'hui. Le changement sera difficile à mettre en oeuvre, de nombreuses croyances et habitudes contre productives s'étant profondément installées chez certains dirigeants. Le management du changement, malgré l'abondante littérature qui lui est associée, ne s'est pas réellement imposé dans la culture des grandes entreprises françaises. Or, la question du changement se pose désormais de façon existentielle pour un bon nombre d'entre elles, voire même – et cela est inédit – pour des Etats. La capacité à choisir les bons scénarios de changement et surtout à les mettre en oeuvre rapidement fera demain la différence entre ceux qui maintiendront, voire amélioreront leur train de vie et ceux qui déclineront inéluctablement. Cet ouvrage s'adresse à tous les dirigeants et managers ayant la volonté de renouveler en profondeur leurs modèles de management et de revitaliser leur entreprise.

Dire que l'information irrigue aujourd'hui toute la société est une évidence. L'exigence de tous les individus dans ce domaine ne cesse de croître parallèlement aux avancées technologiques de plus en plus rapides. Le monde de l'entreprise s'en trouve considérablement affecté, contraignant les managers à repenser leurs modes de gouvernance. Si les technologies de l'information et de la communication permettent un pilotage plus fin de l'entreprise, dans le même temps, la facilité avec laquelle l'information peut être acquise et l'exigence des parties prenantes oblige désormais de composer avec une certaine dose de transparence. Plus qu'avant, les flux d'information doivent être gérés habilement afin d'assurer la cohérence interne de l'entreprise et d'en faire aussi un levier stratégique pour maintenir la compétitivité. Dans cet ouvrage, l'aspect stratégique de l'information et de la communication est discuté au regard des différents champs disciplinaires des sciences de gestion. Les auteurs sont des spécialistes de disciplines aussi diverses que le marketing, la gestion des ressources humaines, le droit, le contrôle de gestion, la logistique, la stratégie ou encore la finance. La quasi-totalité des chercheurs ayant apporté leur contribution à ce travail appartient au Laboratoire Orléanais de Gestion et tous ont eu la volonté de replacer l'information et la communication au cœur des différents champs disciplinaires qui étaient les leurs.

Alliances stratégiques dans les pays en développement

Management des entreprises

Intelligence Économique Et Management Des Entreprises Au Sénégal

Master management des entreprises

en entreprise, administration et organisation

La Recherche-Intervention Dans les Entreprises et les Organisations

Appuyé sur une documentation vaste et précise, ce livre aborde de multiples thèmes bien choisis : le machiavélisme et le management, l'ergonomie, la théorie des attentes, les stress, les écoles de pensée et d'analyse stratégique, la culture d'entreprise, le tableau de bord, la gestion des conflits, la gestion de la carrière, l'absentéisme, le recrutement, l'organisation du travail, l'éthique de l'entreprise, le pouv

Cet ouvrage étudie de manière synthétique la vie des entreprises. Il propose un panorama complet de tous les aspects : définition de l'entreprise, stratégie, production, ressources humaines, communication, fiscalité... Illustré de nombreux schémas et exemples, il explique le vocabulaire, les concepts, les mécanismes et les principales théories de l'économie de l'entreprise.

Ce livre a reçu le Prix qualité et performance 2011. Agilité, Efficience, innovation.. des défis posés aux entreprises du 21e siècle! Face à ces exigences accrues dans un monde d'hyper-compétition, le pilotage/optimisation des processus métiers et la gestion des flux de communication sont deux leviers sur lesquels doit s'appuyer conjointement le management de l'Entreprise. Plus précisement, ce livre prop dulean management pour le pilotage des processus et l'approche Entreprise 2.0 pour mieux gérer les flux de communication. Pourquoi allier ces 2 sujets? Leurs objectifs sont communs: agilité, mobilisation de l'intelligence et de la créativité de tous; la culture d'entreprise est nécessaire au succès des deux démarches; elles se renforcent mutuellement: le Lean favorise l'efficacité des process de communica efficace favorise l'efficacité des méthodes d'amélioration continue des processus. Ce livre séduira tant les managers sceptiques des grandes entreprises, que ceux qui veulent comprendre comment ça marche. Tous les mécanismes du 2.0 y sont démontés.

Les alliances stratégiques apparaissent aujourd'hui comme de nouvelles formes d'organisations les plus adaptées à l'environnement économique. Ce travail se focalise sur la contribution que peuvent avoir ces alliances stratégiques sur la performance de l'entreprise dans les pays en développement. Par ailleurs il est suggéré que si ces alliances peuvent apporter une contribution satisfaisante à la performa apportent aussi une contribution au développement économique du pays

Les fondements du management socio-économique

Structuration et management des organisations

Management des entreprises du tourisme

gestion de l'action et du changement dans les entreprises

Processus et entreprise 2.0

Stratégie, structure, organisation

Quelles logiques et quelles démarches de création d'une entreprise ? Quels objectifs, quelle vision et quelles stratégies pour assurer son développement ? Quelle structure pour organiser l'entreprise ? Comment optimiser la gestion financière ? Comment motiver et épanouir les hommes et les femmes de l'entreprise ? Quels systèmes d'information pour relever les enjeux technologiques de demain ? Quels liens mettre en place avec le client au travers du marketing ? Alliant théorie et pratique, ce manuel met l'accent sur l'acquisition des connaissances, des méthodes et des compétences indispensables à tout étudiant pour réussir son DUT, sa Licence ou son Bachelor. Il propose : des situations concrètes pour introduire les concepts ; un cours visuel et illustré par des exemples pour acquérir les connaissances fondamentales en management ; des conseils méthodologiques pour traduire la théorie en pratique ; des exercices progressifs et variés (QCM, études de cas, activités) et leurs corrigés détaillés pour s'évaluer et s'entraîner. De nombreux exemples et cas d'entreprises, abordés en profondeur (Ryanair, Orange, Nespresso, Google, Babolat, Air France, Netflix, AdopteUnMec.com, Tesla, Monoprix, Volkswagen, Inditex, etc.), permettent de concrétiser le lien entre concepts académiques et pratiques du management.

Pesant près de 7 % du PIB, les entreprises du secteur du tourisme sont face à des enjeux stratégiques majeurs, dans un environnement en profonde évolution : mondialisation, technologies de l'information, changement climatique, phénomène low cost.Cet ouvrage met en évidence les particularités des entreprises du tourisme pour en déduire des spécificités managériales. Il associe les concepts clés, les outils du management stratégique et les recherches récentes, pour les appliquer aux entreprises du tourisme. Il s'appuie sur de nombreux exemples réels et études de cas concrètes, reflétant la diversité des acteurs du secteur.

Cet ouvrage consacré à la petite entreprise montre dans quelle mesure les facteurs non économiques (passion, réalisation de soi, traditions, etc.) participent à la détermination du management de la petite entreprise et à la régulation des marchés locaux territorialisés. Le modèle socioéconomique utilisé ici, fondé sur le concept de micro-mentalité de l'entrepreneur, permet d'aborder ces questions à partir de l'idée que se fait l'entrepreneur du marché, de l'entreprise et de son activité professionnelle et non pas à partir d'une conception exclusive et abstraite qu'a l'économie "du dirigeant idéal" et de la rationalité économique que l'entrepreneur doit adopter. Dans un premier temps, la confrontation des micro-mentalités de l'entrepreneur avec le fonctionnement réel de la petite entreprise révèle une taxonomie de quatre types d'entrepreneurs se distiguant par des logiques d'action passionnelle, entrepreneuriale, conservatrice et managériale. Dans un second temps, l'articulation de ces quatre logiques d'action révèle des relations inter-entreprises non systématiquement fondées sur le modèle de la concurrence économique. Il en ressort que le marché localisé correspond d'avantage à une offre locale socialisée où les paramètres économiques ne jouent qu'un rôle secondaire. L'ouvrage, par son regard pluridisciplinaire, s'adresse aux enseignants et étudiants en management, en entrepreneuriat et en sciences sociales s'intéressant à l'univers de la petite entreprise. Par ailleurs, son caractère empirique et pratique intéressera également l'entrepreneur-dirigeant, mais aussi les formateurs, décideurs et professionnels de l'accompagnement de l'entrepreneur.

La petite entreprise internationale s'intègre pleinement dans l'économie globalisée. Elle doit surmonter des difficultés dans l'allocation des ressources et dans l'encadrement d'équipes éloignées. De plus, le contexte multiculturel complexifie la tâche du management : les perceptions des acteurs et leur compréhension de l'organisation varient selon leur culture. Cet ouvrage apporte des réponses à ces défis. Ainsi, la construction d'un langage commun de management et le développement de compétences interculturelles apporteront les bases d'une gestion plus performante. Les auteurs se sont plus particulièrement intéressés aux différences culturelles Europe-Asie. Ils ont également décrit une démarche de transformation interne adaptée aux petites entreprises internationales.

Le management responsable

Management & stratégies - Concepts clés

Guide opérationnel pour le manager junior

spécificité, management et conditions de performance : une étude d'entreprises camerounaises et burkinabé

Le management de projets de formation

langage de management et compétences interculturelles

Façonnées par internet, Google... les jeunes générations plus versatiles que leurs ainées, nécessitent un autre type de management, moins cloisonné, plus ouvert. L'enthousiasme, une clé essentielle du management de demain pour attirer, retenir et surtout exploiter les talents des nouvelles générations, en retirer plus de performance et de valeur es la thématique e cet ouvrage. Après avoir posé les bases de la place de l'enthousiasme dans le management, les auteurs donnent la parole à 25 enthousiastes, managers et managés dans différents secteurs. Vient ensuite l'analyse de ecs témoignages pour dégager » les invariants de l'enthousiasme » et enfin très concrètement comment mobiliser cet enthousiasme dans la stratégie et les fonctions de l'entreprise.. Ce livre, préfacé par le chef d'orchestre de la garde républicaine, développe les valeurs managériales que sont la confiance, le partage, le respect, l'audace que l'on retrouve dans tous les domaines, bien au-delà de celui de l'entreprise. Résolument optimiste sur la valeur des hommes et des femmes, c'est un livre qui part du bien.

Conçu comme un outil de révision, cet ouvrage présente les principaux concepts à connaître pour l'épreuve de Management des Entreprises de nombreux BTS Tertiaires (Assistant de Gestion, Assistant Manager, Commerce International, Communication, Comptabilité et Gestion des Organisations, Management des Unités Commerciales, Négociation et Relation Client, Transport et Prestations Logistiques).Sa présentation innovante sous la forme de 30 schémas clairs et concis facilite la compréhension, la mémorisation et la structuration des idées.Le public viséCet ouvrage est principalement destiné aux étudiants ou apprentis en BTS Tertiaires préparant l'épreuve de Management des Entreprises. A cet égard, il reprend les thèmes et chapitres tels qu'ils ont été définis dans les documents officiels.Néanmoins par la richesse de son propos, il peut convenir aux étudiants de nombreuses formations universitaires abordant le management des entreprises ainsi qu'à ceux d'écoles de commerce, de communication ou de management.

En 1987, la commission BRUNDTLAND, consacre la notion de développement durable. Cette notion est alors reconnue par 182 Etats en 1992. Une analyse de l'historique de ce concept révèle un lien étroit entre la prise de conscience de la précarité de la vie humaine et la formalisation de ce concept. Une nouvelle réglementation et de nouveaux partenaires s'imposent aux entreprises. Pour y faire face, un mode de management innovant doit être instauré au sein de l'entreprise. Quels sont les outils nécessaires ? Et surtout, où trouver les spécialistes formés au développement durable ?

Cet ouvrage présente les différentes phases de la conduite de projets de formation, depuis l'analyse de la demande jusqu'à l'évaluation finale des résultats obtenus. Chaque chapitre comprend : cadrage théorique, exemples, outils pratiques.

Le management de la performance du travail

Organisation et gestion des entreprises

Méthodologies, implémentation et bénéfices pour les indépendants, TPE et PME

Mixité dans l'entreprise, mode d'emploi

Le management des services

Les entreprises familiales

24 fiches pour comprendre et acquérir les connaissances de base en Management des entreprises. Les fiches présentent simultanément les principes fondamentaux du cours et les applications corrigées.

L'objectif de cet ouvrage est de faciliter la compréhension de l'organisation et du fonctionnement des entreprises. Il met l'accent sur quatre grands domaines : La stratégie et les fonctions de l'entreprise : rôles des managers, missions des fonctions principales et de soutien ; outils de diagnostics, formulation des choix stratégiques. Les structures d'entreprise : paramètres de structuration (spécialisation, coordination, formalisation et centralisation); typologie (fonctionnelle, matricielle, en réseau...) et critères d'efficacité. Les comportements humains et le management des individus : dimensions comportementales (motivation, jeux de pouvoir, stress, coopération...) ; leviers d'action (styles de commandement, travail en équipe, culture d'entreprise...). Le changement organisationnel : angles d'analyse (contexte, processus, contenu et résistance) ; modèles de conduite du changement. Les concepts présentés de façon synthétique sont illustrés par plus de soixante cas d'entreprise commentés issus de l'actualité économique.

This volume continues to build on the relationship between the Research in Management Consulting series and the intervener-researchers at the Socio-Economic Institute for Firms and Organizations (ISEOR) in Ecully, France, extending that partnership to our recent work with the French Foundation for Management Education (FNEGE), a foundation dedicated to closing the gap between the teaching and practice of management in France. As part of the Foundation's multifaceted activities—which range from seminars and an advanced training initiative for French doctoral students to joint programs with international organizations an associations—FNEGE partnered with ISEOR to sponsor a series of workshops on developing high quality intervention-research. This volume is one of the results from that endeavor. Although intervention-research helps to uncover valuable insight into organizational dynamics and performance, the challenge of capturing and disseminating that insight to both academics and practitioners is entrenched in the rigor-relevance debate. While we are witnessing increased calls for "actionable knowledge," this ideal, unfortunately, remains a rather elusive concept as critics contend either that rigorous academic research falls well-short of relevance to the practitioner world or research that proves to be valuable to practitioners falls short of the rigor expected in academic life. This volume is intended to help bridge that divide. Drawing on the FNEGE-ISEOR intervention-research workshop, the volume contains 18 chapters that explore the intervention-research process, from initial conceptualization, to implementation, to publication. The volume will be published in French and English

Entièrement refondu et actualisé, cet ouvrage synthétise de façon claire et illustrée l'essentiel des connaissances en management. Il est structuré en quatre grandes parties : le management et son environnement, présente les théories fondatrices du management, l'environnement global du management, la responsabilité sociale de l'entreprise, la gouvernance d'entreprise et l'entrepreneuriat ; le management des hommes, regroupe cinq chapitres sur le management des ressources humaines, la motivation au travail et la performance, le pouvoir, le leadership et le manager, la culture et l'entreprise et enfin le travail en équipe et la communication interne ; le management de l'organisation, aborde cinq thèmes fondamentaux pour le manager : les structures organisationnelles, le management de la production et de la logistique, le pilotage de l'innovation, le management de la fonction marketing et enfin le management des risques ; l'information, la prise de décision et la stratégie, regroupe trois chapitres sur la gestion de l'information, la prise de décision et la stratégie de l'entreprise. L'ouvrage propose une présentation rigoureuse des notions fondamentales relatives au management et à l'organisation de l'entreprise. Il s'appuie sur de nombreux exemples issus de l'actualité économique et inclut les concepts les plus récents (ubérisation, big data, intelligence artificielle, e-GRH...) pour mieux appréhender les enjeux du management d'aujourd'hui. Un outil de travail incontournable. Cet ouvrage s'adresse à toutes les personnes qui souhaitent découvrir le management et comprendre ses enjeux, en particulier les étudiants de BTS tertiaires, DCG, les étudiants des cursus universitaires en gestion (DUT, Licences, Licences Professionnelles...) et les étudiants en Ecoles de Management.

L'intégration du développement durable au management quotidien d'une entreprise

Une approche opérationnelle pour toutes les entreprises

Le Management des Entreprises Par les Schémas - 2ème édition

Management et économie des entreprises

Bonheur des règles et tyrannie des valeurs

en 24 fiches

L'évolution récente du contexte socio-économique a contribué à l'utilisation de nouvelles pratiques managériales. De Taylor à Peters, l'entreprise recherche de nouvelles réponses. Réduire l'incertitude et mobiliser les salariés sont devenus des maîtres mots. L'entreprise est aujourd'hui conçue comme un système ouvert et le dynamisme organisationnel comme un processus relationnel qui la lie à ses partenaires. Cet ouvrage s'efforce de clarifier l'évolution des méthodes et outils adoptés par les entreprises en donnant aux lecteurs les explications dont ils ont besoin pour comprendre la gestion moderne : l'évolution des théories de l'organisation (de la bureaucratie au management post(industriel), l'évolution des fonctions, la définition de la politique générale et les grands thèmes d'actualité (la culture d'entreprise, la qualité totale, la communication, les nouvelles formes d'organisation du travail, la négociation, les syndicats et les PME, l'éthique des affaires). L'analyse montre que certains concepts dits " modernes " trouvent leur origine dans les travaux des théoriciens de l'école des relations humaines et de l'école décisionnelle (1930-1960). La notion de modernisme est relative. Chaque chapitre met en évidence la distinction entre les pratiques adoptées par les grandes entreprises et celles qui sont à la portée des petites structures. Une bibliographie par chapitre rendra les plus grands services à ceux qui auront le souci d'élargir leurs connaissances. La méthodologie de la dissertation économique et de l'étude de cas en mangement complète l'ouvrage qui s'adresse aux candidats à l'épreuve n° 3 du DECF dont il traite intégalement le programme, à ceux (grand oral), et à ceux des épreuves d'organisation (DEUG, BTS, MSTCF).

Pour éclairer et guider les prises de décisions. Face à cette situation, les entreprises ont, peu à peu, intégré l'intelligence économique dans leur stratégie générale. L'objectif de cette étude est d'analyser la pratique de l'intelligence économique au sein des petites et moyennes entreprises sénégalaises. La technique d'investigation porte sur des méthodes qualitatives et quantitatives sur un échantillon de 80 petites et moyennes entreprises selon les critères de la charte des PME.

La crise qui secoue l'économie française depuis quelques années a conduit à une conception socio-économique de l'activité des entreprises, tout en révélant l'impuissance d'une politique exclusivement sociale. L'ouvrage a pour objectif de démontrer la nécessité d'innover en matière de produits mais aussi de mode de fonctionnement des entreprises. Comment accroître la performance des organisations tout en prenant en compte la dimension humaine ? Une organisation performante peut-elle ne pas user les hommes ? Les auteurs illustrent les concepts du management "socio-économique" et les outils réellement expérimentés en entreprise (coûts cachés, performance socio-éco, durable, conduite du changement.). Ils exposent les résultats d'études "terrain" : 4 000 types de dysfonctionnements, mesure de leurs coûts cachés (15 000 à 60 000 ?/an et par personne) dans les secteurs où l'ISEOR est intervenu, proportion récupérable (35 à 55 %) convertie en création de valeur ajoutée, haute rentabilité du développement qualitatif du potentiel humain (management participatif, partage des résultats). L'ouvrage est fondé sur les travaux conduits par les auteurs dans 35 pays auprès de plus de 1 300 entreprises.

Vingt-quatre fiches pour comprendre et acquérir les connaissances de base en management des entreprises. Les fiches présentent les principes fondamentaux du cours et les applications corrigées.

Cours visuel et concret, 90 QCM et exercices corrigés, Méthodes et conseils opérationnels

Mieux gérer votre entreprise grâce à la mise en place d'outils e-management

L'essentiel du management des entreprises

la conception moderne du management

Management de l'innovation et apprentissage dans les entreprises en Algérie

Management d'entreprise

Cette nouveaut é pr é pare les candidats de tous les BTS Tertiaires à la sous- é preuve E32 "Management des entreprises". Elle propose 12 sujets d'examen officiels dont le sujet de la session 2015. C'est un outil id é al aussi bien pour une r é vision progressive que pour un entra î nement intensif.

Dans un monde o ù l'innovation devient de plus en plus fondamentale pour la comp é titivit é , l'entreprise du Sud voit sa mani è re de cr é er de la richesse et d' ê tre g é r é e compl è tement r é volutionn é e par la nouvelle é conomie du savoir et de l'innovation. Cette question reste cependant peu fouill é e. Quels sont les enjeux et les d é fis qui se posent à l'entreprise au Magh en Alg é rie en particulier et comment tirer parti de son capital cognitif pour innover d'une mani è re durable ? L'originalit é de ce travail est de centrer l'analyse autour de la question de l'apprentissage dans le contexte de la « learning economy » et de la capacit é des entreprises à d é velopper de nouveaux modes de management pour assurer cet apprentissage.

Que vous le vouliez ou non, le quotidien de votre entreprise est d é sormais rythm é et envahi par les nouvelles technologies. Partout, l'e-management s'impose? Mais comment assurer son efficacit é ? Dans cet ouvrage, Brice Cornet propose un panel des solutions disponibles sur le march é informatique et vous pr é sente les plus int é ressantes. Tous les grands domaines de la gestion d'entreprise sont ainsi pass é s au crible de l'exp é rience professionnelle et pragmatique de l'auteur, v é ritable expert en la mati è re. 15 chapitres, des annexes é lectroniques et de multiples r é f é rences concr è tes pour mettre en place un management efficace, construit sur des proc é dures simples, souvent gratuites, mais peu ou mal connues de la plupart des dirigeants. Mettez fin aux bricolages informatiques et aux solutions lourdes ou on é reuses? Faites des outils de l'information les alli é s de la performance de votre entreprise !

L'auteur propose une r é flexion é conomique sur la performance du travail. A travers l'analyse approfondie de deux situations d'entreprise, les mod è les de management appliqu é s aujourd'hui au travail qualifi é sont pass é s au crible. Le travail performant rel è ve davantage de contextes organisationnels o ù l'adh é sion à des valeurs prime sur l'application des r è glements. C contextes exigent une forte implication du salari é qui entra î ne une intensification du travail, voire la mise en é chec de l'individu.

Sujets d'examen

Le management des entreprises africaines

Happy management

Management des entreprises BTS Tertiaires Epreuve E3 U32

Gestion et administration des entreprises

Une approche socio é conomique

Les meilleurs professeurs français se sont réunis pour réaliser un livre unique, qui donne une vision complète du management, à jour des dernières évolutions dans les pratiques. Les thèmes majeurs enseignés dans les masters traitant du management des entreprises sont présentés et développés : Environnement économique de l'entreprise ; Stratégie de l'entreprise ; Information comptable ; Gestion des RH ; Méthodes d'aide à la décision ; Management des opérations ; Finance d'entreprise ; Management interculturel ; Management des SI ; Contrôle de gestion ; Organisations et comportements ; Pilotage des performances ; Management de projet. Un ouvrage de référence pour les étudiants ou toute personne cherchant à acquérir une connaissance approfondie du fonctionnement des entreprises. [Source : 4e de couv.]

Le management durable au coeur des organisations

Stratégie et organisation

Le management stratégique des entreprises

femmes + hommes, pour un management d'un nouveau genre

Reconstruire l'entreprise

Le management des évolutions organisationnelles et stratégiques