

# Sommaire

<b>I - Diversité des regards sur l'entreprise</b> .....	10
<b>II - Vocabulaire du management</b> .....	14
<b>III - Le cadre économique</b> .....	17
<b>IV - Les métiers de la comptabilité et du conseil</b> .....	27
<b>Chapitre 1. Approches mécanistes</b> .....	31
<b>I - L'école classique des organisations</b> .....	31
<b>II - L'école néoclassique des organisations</b> .....	40
<b>III - Le taylorisme aujourd'hui</b> .....	45
<b>Chapitre 2. Prise en compte du facteur humain</b> .....	52
<b>I - Une nouvelle approche</b> .....	52
<b>II - Développements de l'école des relations humaines</b> .....	54
<b>III - De la sociologie du travail à la sociologie des organisations</b> .....	59
<b>IV - Concept d'apprentissage appliqué à l'organisation</b> .....	61
<b>Chapitre 3. Des systèmes complexes en interaction</b> .....	67
<b>I - La théorie des systèmes et son application à l'entreprise</b> .....	67
<b>II - L'école socio-technique</b> .....	76
<b>III - Les grands courants issus de l'approche systémique</b> .....	79
<b>Chapitre 4. Les théories économiques et l'entreprise</b> .....	83
<b>I - La firme dans la théorie économique classique</b> .....	83
<b>II - Théorie de l'organisation industrielle</b> .....	84
<b>III - Propriété et pouvoir dans l'entreprise</b> .....	88
<b>IV - La théorie évolutionniste de la firme</b> .....	95
<b>Tableau des auteurs</b> .....	100

<b>Chapitre 5. Les différents types de structure</b> .....	104
I - Notion de structure .....	104
II - Caractéristiques d'une structure .....	106
III - Les structures fondamentales .....	109
IV - Systèmes mécanistes et systèmes organiques .....	115
<b>Chapitre 6. Les déterminants de la structure</b> .....	121
I - La relation stratégie-structure .....	121
II - L'approche contingente des organisations .....	124
III - Mintzberg et l'approche par les configurations III - organisationnelles .....	129
<b>Chapitre 7. Modèles d'analyse stratégique</b> .....	138
I - Concept de stratégie .....	138
II - Modèles d'analyse du couple produit-marché .....	140
III - Prise en compte de la technologie .....	153
<b>Chapitre 8. Les grands choix stratégiques</b> .....	160
I - Stratégies intra-secteur .....	160
II - Stratégies inter-secteurs .....	163
III - Stratégies interentreprises .....	169
IV - Stratégies d'internationalisation .....	172
<b>Chapitre 9. Le management stratégique</b> .....	177
I - L'équation stratégique .....	177
II - La planification stratégique .....	179
III - La mise en œuvre de la stratégie .....	181
<b>Chapitre 10. Théories de la décision et organisation</b> .....	195
I - Les décisions dans l'entreprise .....	195
II - Complexité des processus de prise de décision .....	201
III - Approches théoriques de la décision .....	204

<b>Chapitre 11. Mise en œuvre des décisions et pratiques de direction</b> .....	210
I - Les tâches de direction .....	210
II - La communication .....	216
III - Analyse du comportement des dirigeants et pratiques de direction .....	221
<b>Chapitre 12. Le système d'information de l'entreprise</b> .....	230
I - Les informations dans l'entreprise .....	230
II - Analyse des systèmes d'information .....	235
III - Système d'information et stratégie.....	246
<b>Chapitre 13. Fonctions comptable et financière</b> .....	254
I - La fonction comptable.....	254
II - La fonction financière.....	259
<b>Chapitre 14. Les objectifs de la gestion des ressources humaines</b> .....	270
I - Émergence de la notion de ressources humaines .....	270
II - Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences .....	276
III - Les grands axes de la grh .....	277
IV - Dysfonctionnements sociaux et leur mesure .....	281
<b>Chapitre 15. Pratique de la gestion des ressources humaines</b> .....	285
I - Recrutement et gestion des carrières .....	285
II - Rémunération .....	288
III - Formation .....	292
IV - Conditions de travail et de sécurité .....	295
<b>Chapitre 16. De l'analyse du marché au positionnement</b> .....	299
I - L'entreprise et le marché .....	299
II - Analyse du comportement des consommateurs .....	304
III - Étude du marché.....	309
IV - Mise en œuvre d'une stratégie marketing.....	314
<b>Chapitre 17. Mise en œuvre de la démarche marketing</b> ... ..	318
I - Le produit et ses caractéristiques .....	318
II - Politique de prix.....	325
III - Politique de communication.....	327

<b>IV - Politique de distribution</b> .....	334
<b>V - Impact d'Internet sur la mercatique</b> .....	336
<b>Chapitre 18. Recherche, développement et innovation</b> .....	340
<b>I - Un processus complexe</b> .....	340
<b>II - Management de la R&amp;D</b> .....	348
<b>Chapitre 19. La fonction de production</b> .....	361
<b>I - Typologie et objectifs</b> .....	361
<b>II - Gestion de production</b> .....	364
<b>III - La fonction de production en évolution</b> .....	370
<b>Chapitre 20. Achats et logistique</b> .....	382
<b>I - La fonction Achats</b> .....	382
<b>II - Gestion des stocks</b> .....	391
<b>III - Logistique</b> .....	393
<b>Chapitre 21. La qualité</b> .....	402
<b>I - La démarche de la qualité</b> .....	402
<b>II - Méthodes et outils</b> .....	409
<b>III - Normalisation et certification</b> .....	416
<b>Chapitre 22. L'entreprise et la gestion de son identité</b> .....	425
<b>I - La culture d'entreprise</b> .....	425
<b>II - Le projet d'entreprise</b> .....	435
<b>III - Les valeurs de l'entreprise et l'éthique</b> .....	437
<b>Chapitre 23. Le diagnostic</b> .....	442
<b>I - Qu'est-ce qu'un diagnostic ?</b> .....	442
<b>II - Sujet d'application</b> .....	444
<b>III - Corrigé du cas CENT</b> .....	456
<b>Chapitre 24. Réussir une dissertation</b> .....	462
<b>I - Méthodologie</b> .....	462
<b>II - Mise en œuvre</b> .....	466
<b>Index des auteurs</b> .....	473
<b>Index des notions</b> .....	475