

La place du marché

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : La place du marché [Texte imprimé] / Hénochsberg, Michel

Auteur(s) : Hénochsberg, Michel (1946-....)

Editeur, producteur : Paris : Denoël, 2001
(18-Saint-Amand-Montrond; Bussière Camedan impr.)

ISBN : 2-207-25004-0

Classification décimale Dewey : 330.122 09 23

Résumé ou extrait : Pour définir ce qu'est le marché, l'auteur en fait une étude généalogique, dans une optique historique et épistémologique. Il démontre que le marché n'est pas créé par le commerce mais par le pouvoir politique du prince ou de la cité, affirmation qui dément l'approche courante. Le marché est alors beaucoup plus du côté des règles et des contraintes que de la liberté.

Sujet(s) : marché : économie

Sujet - Nom commun : Économie de marché -- Histoire