

Sociologie des entreprises

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Sociologie des entreprises [Texte imprimé] / Thuderoz, Christian

Auteur(s) : Thuderoz, Christian

Editeur, producteur : Paris : Éd. la Découverte, 1997
(59-Condé-sur-l'Escaut; Impr. C. Descamps)

Description matérielle : 123 p. ; 18 cm

Collection : Collection Repères 210

ISBN : 2-7071-2660-8

Appartient à la collection : Repères (Maspero) 0993-7625 210

Classification décimale Dewey : 302.35 23
658.001 23

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. p. 115 - 121

Résumé ou extrait : Comment appréhender sociologiquement l'entreprise ? N'est-elle qu'un centre de production ou une simple organisation ? Dans quelle mesure l'entreprise est-elle autonome, capable de définir et orienter elle-même ses stratégies ? Quel est le poids de son environnement ? Pourquoi la notion d'institution est-elle importante pour comprendre l'entreprise ? Que peut-on dire des responsabilités sociales de l'entreprise ? Faut-il opposer communauté(s) d'entreprise et société ?

Sujet(s) : vie sociale
vie de l'entreprise
vie culturelle
sociologie
entreprise

Sujet - Nom commun : Entreprises -- Sociologie
Responsabilité sociétale