

# Stratégie d'entreprise

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Stratégie d'entreprise / Giorgio Pellicelli ; adaptation de la 2e édition italienne par Kamel Ben Youssef, Didier Chabaud, Fabrice Bondoux... [et al.] ; préface de Hervé Penan

Est une traduction de : Strategie d'impresa

Auteur(s) : Pellicelli, Giorgio

Autre(s) responsabilité(s) : Penan, Hervé (19..-.....) (Préfacier)

Editeur, producteur : Bruxelles : De Boeck, DL 2007

Description matérielle : 1 volume (604 pages) : graphiques ; 24 cm

Collection : Management 0779-4630

ISBN : 978-2-8041-5017-4

EAN : 9782804150174

Appartient à la collection : Management (Bruxelles. Imprimé) 0779-4630

Classification décimale Dewey : 658.401

Note(s) : Compléments en ligne (réservés aux enseignants)

Note sur le titre et les responsabilités : Trad. de : "Strategie d'impresa"

Note sur les titres associés : La couv. porte en plus : "Compléments en ligne (réservés aux enseignants) : transparents, corrigés des cas concrets, réponses aux questions approfondies, universite.deboeck.com"

Note sur les bibliographies et les index : Bibliographie p. [571]-581. Liste de sites internet en fin de chapitres. Glossaire

Résumé ou extrait : Ces dernières années, les entreprises ont été confrontées à des bouleversements majeurs : ouverture des frontières, délocalisations et globalisation, changements technologiques incessants dans l'informatique et les télécoms, changements géopolitiques et apparition de nouveaux

concurrents... Plus que jamais, les entreprises ont besoin de savoir interpréter ces changements et de savoir comment construire - ou adapter - leurs stratégies. Les auteurs offrent aux lecteurs (managers, enseignants et étudiants) un manuel accessible qui permet de comprendre les schémas conceptuels et les méthodes nécessaires pour construire une stratégie d'entreprise ou en discuter la pertinence. En s'appuyant sur de nombreux cas d'entreprise et d'illustrations, le manuel permet de comprendre l'essentiel, d'assimiler les méthodes et de les appliquer en situation, qu'il s'agisse de comprendre comment les résultats de l'entreprise sont influencés par l'environnement concurrentiel ; comment l'entreprise peut construire un avantage concurrentiel, en s'appuyant sur sa chaîne de valeur, en tirant parti de ses ressources et compétences ; comment les attentes des différentes parties prenantes - ou stakeholders - influenceront les choix de l'entreprise ; comment la stratégie s'articule à la structure de l'organisation ; comment l'entreprise parviendra - ou non - à remettre en question ses choix passés ou à s'appuyer sur les projets de ses membres ; comment la stratégie devra s'adapter au contexte dans lequel se situe l'entreprise : firme multinationale ou petite entreprise, industrie mature ou en fort développement, etc. Ainsi, à côté des concepts et des méthodes, cet ouvrage veut proposer des outils qui permettront au lecteur de s'interroger et de stimuler sa réflexion : à côté des cas et des illustrations proposés, l'ouvrage incite à faire des recherches sur Internet, et propose aux enseignants l'accès en ligne à des ressources pédagogiques leur permettant d'animer séances de cours et de travaux dirigés. (source : 4e de couv.)

Sujet - Nom commun : Analyse stratégique -- Études de cas  
Planification stratégique -- 1990-2020  
Gestion d'entreprise -- 1990-2020