



Dir. par Michel KALIKA

2020 | 276 pages

Collection Business Science Institute

978-2-37687-401-0

41\$ PAPIER

## L'IMPACT DE LA CRISE SUR LE MANAGEMENT

Cet ouvrage s'est imposé à nous en raison de l'ampleur, la brutalité et la soudaineté de la crise de la Covid-19. Nous avons en effet immédiatement considéré qu'au sein du Business Science Institute, organisation académique internationale en réseau dédiée à un programme d'Executive Doctorate in Business Administration, nous nous devons, sans attendre, de lancer plusieurs initiatives en lien avec nos doctorants, des managers situés dans plus d'une trentaine de pays et nos professeurs internationaux.

La première série d'initiatives visait à collecter de l'information auprès des managers confrontés à la crise.

La seconde traduisait notre volonté de mobiliser la communauté des professeurs du Business Science Institute en considérant que la crise allait nécessairement remettre en cause certains aspects du management des organisations sur lesquels ils travaillent avec leurs doctorants.

Ce livre auquel ont participé 27 professeurs de management ainsi que 3 docteurs du Business Science Institute en est aujourd'hui le résultat.

Il est structuré en 4 parties complémentaires :

- 1) Impact de la crise : les enseignements des enquêtes du Business Science Institute ;
- 2) Impact de la crise sur le management du secteur de la santé ;
- 3) Impact de la crise sur la pensée du management ;
- 4) Impact de la crise sur les décisions managériales.

# TABLE DES MATIÈRES

## **PARTIE I. Impact de la crise : les enseignements des enquêtes Business Science Institute**

- Chapitre 1. Le management à l'épreuve du confinement. Enquête narrative et analyse de données textuelles
- Chapitre 2. Crise sanitaire : résilience et (ré)actions des dirigeants de PME
- Chapitre 3. La transformation digitale des modes de travail : les leçons de la crise de la Covid-19
- Chapitre 4. Le rôle des technologies numériques de collaboration à distance durant la crise
- Chapitre 5. E-management, vive la Covid-19

## **PARTIE II. Impact de la crise sur le management du secteur de la santé**

- Chapitre 6. Le potentiel compréhensif de la philosophie du *care* pour la Covid-19
- Chapitre 7. Le management hospitalier après la crise : changement de pratiques, changements de référentiels ?
- Chapitre 8. La gestion de la crise de la Covid-19 à l'hôpital : la résilience adaptative au service de la survie de l'organisation
- Chapitre 9. Implications managériales de la crise de la Covid-19 sur l'industrie de la santé : perspective d'un économiste de la santé
- Chapitre 10. Crise de la Covid-19 et gouvernance territoriale de l'accès aux soins : vers un tropisme sur l'échelon communal ?
- Chapitre 11. Produire de la solidarité sanitaire et sociale en période de pandémie : vers un management (plus) collaboratif entre établissements publics et mutualistes de santé ?

## **PARTIE III. Impact de la crise sur la pensée du management**

- Chapitre 12. Une confiance accrue résultant d'une distance renforcée
- Chapitre 13. Crise : vers un changement de paradigme ?
- Chapitre 14. La crise de la Covid-19 va-t-elle stimuler l'innovation ?
- Chapitre 15. L'impact essentiel de la crise
- Chapitre 16. Du bon usage de la rente cognitive en temps de crise
- Chapitre 17. Covid-19 et Résilience
- Chapitre 18. De la distanciation sociale à la GRH post-pandémique : implications et anticipations issues de la crise sanitaire du nouveau Coronavirus
- Chapitre 19. Éducation en ligne : la crise accélère la mutation
- Chapitre 20. L'entreprise académique étendue : la nouvelle donne

## **PARTIE IV. Impact de la crise sur les décisions managériales**

- Chapitre 21. La Covid-19 : de l'intérêt vital de mettre la veille au cœur de nos pratiques
- Chapitre 22. L'après crise de la Covid-19 : le Supply Chain Management à repenser
- Chapitre 23. Les compétences « psychothérapeutiques » du dirigeant à l'aune d'une crise globale
- Chapitre 24. L'impact de la crise de la Covid-19 sur le comportement des consommateurs et les stratégies marketing
- Chapitre 25. Le digital au secours des commerciaux en confinement ?
- Chapitre 26. De la gestion de crise à la conduite du changement : point de vue de Chine d'un manager public français
- Chapitre 27. L'appropriation des « gestes barrières » pour combattre la pandémie de la Covid-19 en contexte africain : impacts sur les comportements au travail

# AUTEUR

**MICHEL KALIKA** est créateur et Président du Business Science Institute. Professeur émérite à l'IAE Lyon School of Management – Université Jean Moulin, il a été directeur de l'École de Management de Strasbourg et a créé et dirigé de nombreux programmes de MBA & DBA pour managers à l'université Paris-Dauphine. Auteur ou co-auteur de plus de vingt-cinq ouvrages en management (dont Management Stratégique, l'ouvrage français de stratégie le plus réédité), d'une centaine d'articles, de communications, chapitres d'ouvrages, cas sur la stratégie et les systèmes d'information, ses publications portent actuellement sur la surcharge informationnelle, la théorie du millefeuille et l'impact des Business Schools. Michel Kalika a fait soutenir une soixantaine de thèses de doctorat.



**Presses  
de l'Université  
du Québec**

**50** ans  
de savoir