



Sébastien LIARTE (coord.)

Directeurs de collection **Olivier Germain, Hélène Rainelli-Weiss et Laurent Taskin**

2019 | 528 pages

Collection Les grands courants

978-2-37687-317-4

71 \$ PAPIER

éditions
ems
MANAGEMENT
& SOCIÉTÉ

LES GRANDS COURANTS EN MANAGEMENT STRATÉGIQUE

Cet ouvrage a pour objectif de présenter de manière complète et didactique les principaux courants de recherche s'intéressant actuellement au management stratégique des entreprises. À la fois porte d'entrée et source de réflexions, chaque chapitre présente les fondements des différents courants, leurs préoccupations actuelles ainsi que les perspectives de recherche pour l'avenir.

Au total, ce sont seize courants qui ont été retenus et qui sont présentés dans cet ouvrage. Certains représentent des approches déjà anciennes mais toujours utilisées (approches discursives, néo-institutionnelles, ressources, décision, etc.) ; d'autres concernent des courants théoriques beaucoup plus récents dans le paysage de la recherche en management stratégique (*business model*, coopération, évaluation sociale, performativité, etc.) . Certains abordent avec précision une thématique particulière (les ressources, la connaissance, le *business model*, etc.). D'autres s'avèrent beaucoup plus transversaux ou sectoriels (les industries créatives, la responsabilité sociale de l'entreprise, etc.). De plus, les approches disciplinaires évoquées dans cet ouvrage sont multiples et mêlent, comme souvent en sciences de gestion, la sociologie, l'économie, la psychologie, l'histoire et quelques autres disciplines connexes. Enfin, l'encastrement de ces différentes approches dans l'évolution de la pratique de la recherche et de l'enseignement est également abordé à travers deux chapitres.

Au-delà de l'exhaustivité dans leur recensement, c'est la vitalité actuelle de ces approches dans la recherche en management stratégique, notamment francophone, qui a prévalu dans la sélection présentée. Chacun des chapitres a été rédigé par un ou plusieurs spécialistes ayant contribué personnellement à l'approche retenue. Cette raison justifie également la volonté de présenter, parallèlement aux racines, auteurs fondateurs et problématiques actuelles, les lieux de recherche où sont étudiées ces approches.

Cet ouvrage s'adresse à tout public désireux découvrir et approfondir les courants majeurs de la recherche en management stratégique à travers une synthèse, une critique et une mise en perspective des travaux existants dans le domaine. En se rendant accessible au plus grand nombre, tout en répondant aux plus exigeants, cet ouvrage saura répondre aux attentes des étudiant(e)s de l'université et des grandes écoles ainsi qu'auprès de tous les chercheurs(es) en sciences de gestion.

TABLE DES MATIÈRES

1. Histoire de la pensée, histoire des pratiques ?

LES GRANDS COURANS INSTITUÉS EN MANAGEMENT STRATÉGIQUE

2. Entre contraintes et ressources : la stratégie juridique de l'entreprise
3. Les approches ressources et compétences : fondations et refondations
4. Approches néo-institutionnelles macro et meso : quelle pertinence pour la pensée stratégique ?
5. Théorie néo-institutionnelle : une perspective micro
6. La décision stratégique
7. La connaissance : l'atome de la stratégie
8. La gouvernance de médiation comme réponse aux impasses conceptuelles et pratiques de la gouvernance actionnariale

LES GRANDS COURANS CONTEMPORAINS EN MANAGEMENT STRATÉGIQUE

9. Le *business model* en management stratégique
10. La coopération ou l'art de coopérer avec ses concurrents
11. Les évaluations sociales en stratégie : légitimité, réputation, statut, stigmatisme et Cie
12. Les approches discursives de la stratégie
13. Approches pratiques de la stratégie
14. La performativité et le management stratégique

LES GRANDS COURANS TRANSVERSAUX EN MANAGEMENT STRATÉGIQUE

15. L'encastrement social de la stratégie : la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE)
16. Les organisations en contextes extrêmes
17. Stratégie et industries créatives
18. Les multiples facettes de la pertinence de la recherche en management stratégique

AUTEUR

SÉBASTIEN LIARTE est Professeur des Universités à l'Université de Lorraine, membre du laboratoire BETA (Bureau d'Économie Théorique et Appliquée), UMR CNRS. Ses travaux de recherche en théories des organisations et en management stratégique mobilisent principalement la théorie néo-institutionnelle. Sébastien Liarte a été rédacteur en chef de la revue *M@n@gement*.

Coordonné par Sébastien Liarte avec les contributions de : Aurélien Acquier, Florence Allard-Poesi, Karim Ben Slimane, Amélie Boutinot, Isabelle Bouty, Thierry Burger-Helmchen, Laure Cabantous, Ludovic Cailluet, Guillaume Carton, Paul Chiambaretto, Thibault Daudigeos, Hélène Delacour, Benoît Demil, Anne-Sophie Fernandez, Marc Fréchet, Yvonne Giordano, Jean-Pascal Gond, Xavier Hollandts, Caroline Hussler, Frédéric Le Roy, Xavier Lecocq, Sébastien Liarte, Philippe Mouricou, Thomas Roulet, Isabelle Royer, Martine Séville, Bertrand Valiorgue et Vanessa Warnier.



Presses
de l'Université
du Québec

50
ans
de savoir