

# Introduction à la gestion

---

*Ce cours vous est proposé par Denis Chabault, Maître de Conférences HDR – enseignant chercheur en Sciences de Gestion au sein de l'Université Paris Saclay et par AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.*

---

## Bibliographie

Armstrong G., Kotler P., (2019), Principes de marketing, 14ème édition, Pearson.

Bagla L. (2004), Sociologie des organisations, Repères, Editions La Découverte.

Barney, J., (2018), Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases, Pearson, Global Edition.

Baynast, Lendrevie, Lévy, 2021, Mercator, Tout le marketing à l'ère de la data et du digital, 13ème édition, Dunod.

Calme I., Hamelin J., Lafontaine J.F., Ducroux S., Gerbaud F., (2013), Introduction à la gestion, Dunod, 3ème édition.

Charreire S. et I. Huault (2019), Les grands auteurs en management, Edition EMS, Management & Société.

Desreumaux A. (2015), Théorie des Organisations, Caen, Editions EMS, 2ème Edition.

Dudézert, Aurélie, (2018). La transformation digitale des entreprises. Paris : La Découverte.

Fayol H. (1916, 1966), Administration industrielle et générale, Paris, Dunod.

Helfer J.P., Kalika M., Orsoni J., (2019), Stratégie - Le manuel du management stratégique, 11ème édition, Vuibert, Paris.

Helfer J.P., Orsoni J., Sabri O., (2017), Marketing, Vuibert, Paris.

Gerry J., Scholes K., Fréry F., (2020), Stratégique, 12ème éd., Pearson Education, Paris.

Labardin P., (2018), l'essentiel de l'histoire de la gestion, 8ème éd, Edition Gualino.

Garette B., Durand R., Dussauge, P., Lehmann Ortega L., Leroy F., (2019), Strategor, 8ème éd Dunod, Paris.

Giannelloni J.L ., Vernet, E., 2019), Etudes de Marché, 9ème éd, Vuibert.

Plane J.M. (2017), *Théorie des Organisations*, Dunod, 5ème Edition.

Plane J.M., (2019) *Management des organisations, Théories, concepts, performances*, Dunod, 5e édition.

Pesqueux, Y, (2018), *Théorie des organisations*, Pearson.

Rojot J. (2016), *Théorie des organisations*, Paris, Eska.

Thiétart R.A. Xuereb J.M., Barthélémy J., Donada C. Van Wijk, G., (2015), *Stratégies : Concepts, méthodes, mise en oeuvre*, Dunod, 3ème édition, Paris.

Taylor F.W. (1914), *The Principles of scientific management*, New York.

Timsit J.P., (2018), *Stratégie digitale: Méthodes et techniques pour créer de la valeur*, Vuibert.

Vernette E., (2016), *Le marketing: L'essentiel et l'expertise à l'ère digitale*, 4ème éd, Eyrolles.

Weber M. (1947), *The theory of social and economic organisation*, Oxford.

## Références

### Comment citer ce cours ?

Introduction à la gestion, Denis Chabault, AUNEGe (<http://aunega.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.