

Management international Gestiòn Internacional International Management



Omar Aktouf, *Halte au gâchis*, Liber, 2008

Patrick Cohendet

Volume 13, Number 2, Winter 2009

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/029785ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/029785ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal et Université Paris Dauphine

ISSN

1206-1697 (print)

1918-9222 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Cohendet, P. (2009). Omar Aktouf, *Halte au gâchis*, Liber, 2008. *Management international / Gestiòn Internacional / International Management*, 13(2), 113–117. <https://doi.org/10.7202/029785ar>

Tous droits réservés © Management international / International Management / Gestiòn Internacional, 2009

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

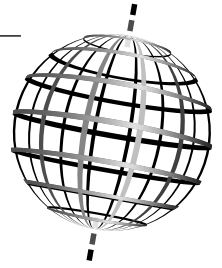
érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

PATRICK COHENDET
HEC Montréal



Enjeux et outils du marketing RH

Panczuk S. et Sébastien Point
Eyrolles, Édition d'Organisation, 2008.

Cet ouvrage vise à une véritable refondation de la Gestion des Ressources Humaines dans les entreprises à partir des bases conceptuelles et des acquis du marketing. Il propose une relecture très originale de la relation employeur/employé en invitant à considérer que le salarié est un client et que le service qui lui est proposé par l'entreprise s'apparente à une « politique sociale ». Cet ouvrage, très solide sur le plan théorique, a aussi l'objectif de fournir au DRH ou au RRH des outils nouveaux et concrets de marketing RH. L'ouvrage montre bien que le marketing RH n'est pas un effet de mode, mais une démarche globale, rigoureuse et complète.

Halte au gâchis

Omar Aktouf
Liber, 2008.

Cet ouvrage est un nouvel appel d'Omar Aktouf à revoir et à adapter les enseignements en management et économie pour tirer les leçons de la crise financière et économique qui secoue le monde. L'auteur propose de revoir de fond en comble ce qu'il nomme le paradigme économico-managérial dominant pour générer de nouvelles conceptions et pratiques gestionnaires. Ce livre, paru en plein cœur de la crise, est un plaidoyer passionné et passionnant pour un dialogue entre cultures et civilisations, replaçant l'homme comme « être de société fait pour vivre ensemble en état de communauté », quelques soient ses religions et ses cultures.

Manager les situations complexes

Pascale Auger
Dunod, 2008.

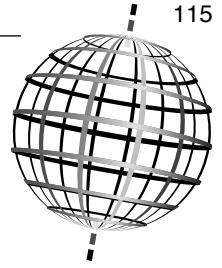
Le livre de Pascale Auger part d'une interrogation sur les compétences à développer pour l'entreprise de demain. L'auteur qui a occupé pendant une dizaine d'années des fonctions de responsable de ressources humaines dans de grands groupes agroalimentaires offre des réponses concrètes, originales et éprouvées à des questions essentielles de managers, dirigeants, chefs de projets ou étudiants : comment intégrer la complexité dans le processus de décision, comment encourager la créativité, comment développer la confiance pour faciliter la prise de risque, etc. ?

Community, Economic Creativity, and Organization

Edited by Ash Amin and Joanne Roberts
Oxford University Press, 2008.

Ce livre est un ouvrage collectif qui rassemble des travaux de chercheurs de disciplines différentes (gestionnaires, économistes, sociologies, géographes, etc.) qui examinent les fondements du processus de création à travers le concept de communauté de pratique. Le livre est l'occasion de montrer la richesse d'application du concept de communauté de pratique, qui a été introduit dans la littérature académique il y a une vingtaine d'années à la suite des travaux précurseurs de Lave et Duguid (qui sont parmi les contributeurs de cet ouvrage).

PATRICK COHENDET
HEC Montréal



Enjeux et outils du marketing RH

Panczuk S. and Sébastien Point
Eyrolles, Édition d'Organisation, 2008.

This work aims to completely reshape Human Resources Management in businesses, using the conceptual bases and acquired knowledge in marketing. It proposes a very original rereading of the employer/employee relation by inviting us to consider that employees are customers and the service proposed to them by the company is akin to a "social policy." This work, very solid theoretically, also has the goal to provide HRD and HRR new concrete HR marketing tools. The work demonstrates that HR marketing is not a passing trend, but a global, rigorous and complete approach.

Halte au gâchis

Omar Aktouf
Liber, 2008.

This work is a new call by Omar Aktouf to review and adapt teachings in management and economics to draw lessons from the economic and financial crisis shaking the world. The author proposes a thorough review of what he calls the dominant economic-managerial paradigm to generate new management ideas and practices. This book, published at the height of the crisis, is a passionate and poignant argument for dialogue between cultures and civilizations, restoring humans as "social beings made to live together in a community," no matter their religions and their cultures.

Manager les situations complexes

Pascale Auger
Dunod, 2008

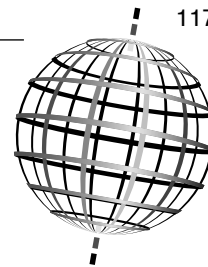
The book by Pascale Auger starts with an inquiry into the competences tomorrow's businesses must develop. The author, who has for some 12 years held several positions as human resources manager in large agro-food companies offers concrete, original and tested answers to the essential questions of managers, directors, project leaders and students: how to integrate complexity in the decision-making process, how to encourage creativity, how to develop confidence to facilitate risk-taking, and so on.

Community, Economic Creativity, and Organization

Edited by Ash Amin and Joanne Roberts
Oxford University Press, 2008

This book is a collective work that brings together the works of researchers from various disciplines (managers, economists, sociologists, geographers, etc.) to examine the bases of the creation process through the concept of community of practice. The book is an opportunity to show the richness of application of the concept of community of

practice, which was introduced in the academic literature some twenty years ago following the pioneering research by Lave and Duguid (who are among the contributors to this work).



PATRICK COHENDET
HEC Montréal

Enjeux et outils du marketing RH

Panczuk S. et Sébastien Point
Eyrolles, Édition d'Organisation, 2008.

A partir de bases conceptuales y de experiencias de la mercadotecnia, este libro apunta a una verdadera refundación de la Gestión de los Recursos Humanos en las empresas. La obra propone una relectura original de la relación empleador/empleado, invitando a considerar que el asalariado es un cliente y que el servicio que le es propuesto por la empresa está emparentado con una « política social ». Este trabajo, sumamente sólido en el plano teórico, tiene también el objetivo de proveer al DRH o al RRRH una serie de herramientas nuevas y concretas de la mercadotecnia de RH. El libro muestra de manera pertinente que la mercadotecnia de RH no es un efecto de moda, sino una conducta global, rigurosa y completa.

Halte au gâchis

Omar Aktouf
Liber, 2008.

Esta obra es un nuevo llamado de Omar Aktouf para rever y adaptar las enseñanzas en gestión y en economía de manera que se puedan aprovechar las lecciones de la crisis financiera y económica que sacude al mundo entero. El autor propone revisar completamente lo que él denomina el paradigma económico de gestión dominante para generar nuevas concepciones y prácticas de gestión. Este libro, aparecido en plena crisis, es un alegato apasionado y apasionante en favor de un diálogo entre las culturas y las civilizaciones que vuelve a colocar al hombre en su lugar de « ser de sociedad hecho para vivir con los demás en estado de comunidad », cualquiera sea su religión y su cultura.

Manager les situations complexes

Pascale Auger
Dunod, 2008

El libro de Pascale Auger parte de un interrogante acerca de las competencias que deben desarrollar para la empresa del mañana. El autor, que ha ocupado durante más de diez años puestos de responsable de recursos humanos en el seno de grandes grupos agroalimentarios, ofrece respuestas concretas, originales y probadas a preguntas esenciales de gestores, dirigentes, jefes de proyectos o estudiantes, que son, entre otras, cómo integrar la complejidad en el proceso de decisión; cómo alentar la creatividad; cómo desarrollar la confianza para facilitar la toma de riesgos.

Community, Economic Creativity, and Organization

Edited by Ash Amin and Joanne Roberts
Oxford University Press, 2008

Esta obra colectiva reúne los trabajos de investigadores de diferentes disciplinas (entre otros, gestores, economistas, sociólogos, geógrafos) quienes examinan los fundamentos del proceso de creación a través del concepto de comunidad de práctica. El libro muestra la riqueza de aplicación de ese concepto que ha sido introducido en la literatura académica hace unos veinte años a raíz de los trabajos precursores de Lave y Duguid (cuyas contribuciones también aparecen en este libro)