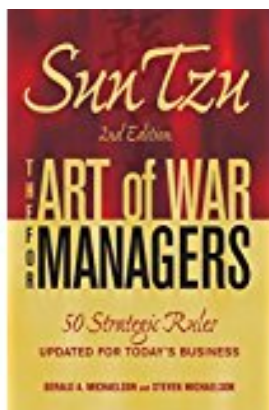


Je dois réaliser une étude sur les différentes formes de stratégie existantes, particulièrement la stratégie militaire et la stratégie d'entreprise dans le but d'établir une comparaison



Pouvez-vous m'orienter sur tous les supports existants au sein de la BPI pour y parvenir.

Notre réponse du 15/03/2017

Vous effectuez une étude sur la stratégie, notamment dans les cadres commerciaux et militaires et recherchez des documents pertinents pour réaliser ce travail.

Une recherche dans le catalogue de la Bpi avec le terme Stratégie renvoie à un grand nombre d'ouvrages (plus de 530 ouvrages et de 2180 articles) mais très peu sont pertinents pour mener à bien votre travail. Vous trouverez donc ci-dessous les références d'ouvrages qui me semblent les plus pertinents. Vous trouverez de nombreuses références intéressantes sur ce sujet dans les bibliothèques universitaires (interrogeables grâce au catalogue collectif Sudoc : <http://www.sudoc.abes.fr/>).

Je vous recommande notamment la consultation d'ouvrages d'autres ouvrages de Jack Trout et d'Al Ries (les inventeurs du concept de marketing warfare), d'Yves H. Philoleau et Denise Barboteu-Hayotte ou également l'ouvrage collectif **Une leçon de marketing de combat**, le livre de Gerald Michaelson, **Sun Tzu: The Art of War for Managers**, les autres ouvrages de Frédéric Le Roy (tels que **Stratégies pour coopération**)...

Livres :

– La concurrence, entre affrontement et connivence

Frédéric Le Roy

Editions Vuibert, 2002

Présentation de l'ouvrage : « Publ. à l'occasion de 2 séminaires thématiques Artemis « Les comportements concurrentiels comme objets d'étude », organisé par Patrice Guillotreau et Frédéric Le Roy, à Nantes, novembre 1998 et « Conflit et concurrence », organisé par Philippe Baumard et Frédéric Le Roy, à Aix-en-Provence, mai 2000 ; Notes bibliogr. Diverses stratégies sont présentées à partir de cas concrets tirés de l'industrie ou des services : conquête des marchés, éviction de concurrents, réactions à l'entrée de nouveaux concurrents, dissuasion réciproque, compétition dans les réseaux. »

Lien vers le catalogue de la Bpi :
<http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=485521%3B5%3B0>

– L'essentiel de la stratégie

Jack Trout (l'inventeur du concept de marketing warfare)

Editions Village mondial, 2004

Présentation de l'ouvrage : « A travers des exemples puisés au fil de ses expériences dans le monde des grandes sociétés, l'auteur démontre l'importance de la conduite stratégique de l'entreprise pour sa survie face à la concurrence. Il lui allie un marketing adapté et souligne qu'elle conditionne le plan de développement du produit, le plan de communication interne et externe ainsi que la perception des

consommateurs. »

Lien vers le catalogue :
<http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=581820%3B5%3B0>

Articles en ligne

– Baghdadi Senda, Zghal Mustapha, « La transposition de l'art militaire en marketing », **La Revue des Sciences de Gestion**, 1/2008 (n°229), p. 11-19.

URL :
<http://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2008-1-page-11.htm>

– Dubois Michel. Conseils : « Un art de la guerre : Le marketing ». In: **Les Cahiers de la publicité**, n°18, La publicité des biens culturels. pp. 22-26.

www.persee.fr/doc/colan_1268-7251_1967_num_18_1_5010

– Ibert Jérôme, « La gestion paradoxale des relations entre firmes concurrentes », **Revue française de gestion**, 1/2004 (no 158), p. 153-177.

URL :
<http://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2004-1-page-153.htm>

Cordialement,

[Eurêkoi](#) – Bibliothèque Publique d'Information