



Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand

Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy

Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy

 [Télécharger Les organisations sportives et leurs stratégies : ...pdf](#)

 [Lire en ligne Les organisations sportives et leurs stratégies ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy

120 pages

Extrait

UN QUESTIONNEMENT INITIAL POUR CADRER LE CONCEPT DE STRATÉGIE

«Pourquoi, dans des conditions identiques ou très semblables, certaines entreprises réussissent-elles tandis que d'autres échouent ? Pourquoi certaines entreprises, après une longue période de réussite, entrent-elles en crise au point d'être expulsées du marché ? Comment des entreprises en crise peuvent-elles regagner du terrain et retrouver le chemin du succès ?» (Pellicelli, 2007, p. 12).

De tels questionnements permettent de «planter le décor». Même si aucune méthode n'est à même de garantir la réussite en toutes circonstances, le succès résulte souvent du respect de quelques principes à même de donner un cap à l'organisation (Pellicelli, 2007) : être attentif aux fluctuations provenant de l'environnement (porteur de menaces et d'opportunités) ; adapter ses compétences et savoir-faire pour en faire de véritables ressources sur lesquelles s'appuyer ; entretenir des relations constructives avec différentes parties prenantes (partenaires, fournisseurs...) ; s'efforcer de se distinguer de ses «rivaux» (en cultivant et développant des atouts spécifiques, en maîtrisant mieux qu'eux certains facteurs clés de succès) ; etc.

Exemple : la stratégie de l'entreprise New Balance la différencie de ses concurrents sur plusieurs points. Affichage d'un développement responsable et citoyen à travers la mise en avant du «made in USA» ou «fabriqué en Europe» (bien qu'il soit très partiel); communication publicitaire par le biais du sponsoring reléguée en arrière-plan (chaussures de «monsieur Tout-le-Monde», New Balance n'est «sponsor de personne»); ciblage des trentenaires et quadragénaires, plutôt que des «jeunes»; accent mis sur la fonction du produit (performance, qualité, technicité) au détriment de la mode (ce qu'illustre la prise en compte de la largeur des pieds dans les pointures proposées) ; importance soulignée de l'innovation technologique et de la recherche Et développement ; rappel du long historique de la marque, soulignant l'expertise et la légitimité acquises... New Balance communique ouvertement sur ces aspects, qui lui servent à se positionner de manière originale sur un marché fortement concurrentiel.

(...) Présentation de l'éditeur

Les organisations sportives sont éminemment plurielles, que ce soit en termes de taille, de vocation (marchande, associative, publique...), de statut juridique ou encore de secteurs d'activité : quête de performance en compétition, prestations de loisir, conception et distribution de matériel, organisation d'événements, etc. Les fluctuations de l'environnement poussent leurs dirigeants à élaborer des stratégies non seulement circonstanciées, mais aussi anticipatrices. La démarche stratégique est du coup mobilisée pour envisager le devenir de ces diverses organisations, optimiser leurs ressources ou encore accroître leur efficience.

Cet ouvrage propose une application rigoureuse et richement illustrée des principes de la stratégie à ces organisations plurielles. Elle intègre les paradigmes les plus récents de la stratégie, notamment la prise en compte des compétences distinctives qui se trouvent désormais à la base des choix opérés par de nombreuses organisations sportives. L'entrée privilégiée est délibérément pragmatique : il s'agit de permettre une compréhension et un apprentissage par l'exemple des différents principes de la stratégie appliquée aux organisations sportives.

Ce manuel s'adresse principalement aux étudiants des formations en Management du sport, aux enseignants intervenant dans ces filières, aux étudiants de cycles supérieurs courts (IUT, BTS), d'IAE, voire d'écoles de

management, pour lesquels il est susceptible de constituer un support pédagogique original. Il intéressera également les professionnels du secteur.

Professeur des universités, Bastien Soulé est responsable de la Licence professionnelle Gestion & Développement des Organisations sportives à l'Université Lyon 1. Il enseigne la socioéconomie, l'économie et la stratégie appliquées aux organisations sportives.

Maître de conférences, Éric Boutroy est responsable du département Management du Sport de l'Université Lyon 1. Il est spécialisé dans l'étude des marchés et des stratégies dans les loisirs sportifs.

Professeur agrégé de sciences économiques et de gestion, Charles Gueye enseigne la GRH et la gestion appliquée au sport. Spécialiste de l'industrie des articles de sport, il est responsable du Master Ve année Management du Sport à l'Université Lyon 1. Biographie de l'auteur

Professeur des universités, Bastien Soulé est responsable de la Licence professionnelle Gestion & Développement des Organisations sportives à l'Université Lyon 1. Il enseigne la socioéconomie, l'économie et la stratégie appliquées aux organisations sportives. Maître de conférences, Eric Boutroy est responsable du département Management du Sport de l'Université Lyon 1. Il est spécialisé dans l'étude des marchés et des stratégies dans les loisirs sportifs. Professeur agrégé de sciences économiques et de gestion, Charles Gueye enseigne la GRH et la gestion appliquée au sport. Spécialiste de l'industrie des articles de sport, il est responsable du Master 1ère année Management du Sport à l'Université Lyon 1.

Download and Read Online Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy #MGV0AXQB2DL

Lire Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand par Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy pour ebook en ligne Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand par Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand par Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy à lire en ligne. Online Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand par Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy ebook Téléchargement PDF Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand par Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy Doc Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand par Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy Mobipocket Les organisations sportives et leurs stratégies : Dans les secteurs marchand et non marchand par Bastien Soulé, Charles Gueye, Eric Boutroy Epub

MGV0AXQB2DLMGV0AXQB2DLMGV0AXQB2DL