Document généré le 3 juil. 2025 19:23

Management international
International Management
Gestiòn Internacional

« Management International : Des pratiques en mutation », Ulrike Mayrhofer et Sabine Urban Pearson, 2011. ISBN 978-2-7440-7481-3

Volume 15, numéro 4, été 2011

URI : https://id.erudit.org/iderudit/1006197ar
DOI : https://doi.org/10.7202/1006197ar

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

HEC Montréal
Université Paris Dauphine

ISSN

1206-1697 (imprimé)
1918-9222 (numérique)

Découvrir la revue

Citer ce compte rendu

(2011). Compte rendu de [« Management International : Des pratiques en mutation », Ulrike Mayrhofer et Sabine Urban Pearson, 2011. ISBN 978-2-7440-7481-3]. *Management international / International Management / Gestiòn Internacional*, *15*(4), 129–129. https://doi.org/10.7202/1006197ar

Tous droits réservés © Management international / International Management / Gestión Internacional, 2011

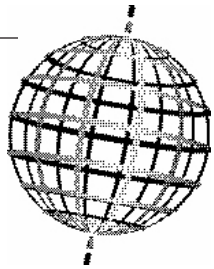
Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/



«Management International : Des pratiques en mutation», Ulrike Mayrhofer et Sabine Urban
Pearson, 2011. ISBN 978-2-7440-7481-3.

En raison de l'importance pour les lecteurs de la revue de cet excellent ouvrage qui vient de paraître, la sélection de lecture de ce numéro y sera entièrement consacrée. Ulrike Mayrhofer, professeure à l'IAE Lyon, et Sabine Urban, professeure émérite à l'université de Strasbourg, sont toutes deux membres du comité scientifique de MI. Dans leur ouvrage, elles proposent une analyse conceptuelle et opérationnelle du management international des sujets qui préoccupent principalement les managers actifs dans le domaine international, mais en montrant bien qu'aujourd'hui toute personne est en fait concernée par les évolutions profondes et rapides qui marquent ce champ d'activité devenu global Dans un contexte où les espaces et les acteurs du monde sont devenus fortement interdépendants et interactifs, le métier de manager international se révèle plus délicat et risqué mais aussi plus stimulant, car il participe directement à la construction du futur et influe sur les valeurs qu'il importe de respecter, qu'il s'agisse de l'homme ou de la nature. Ce métier de manager international recouvre des domaines sans cesse croissants de l'entreprise : aussi bien les stratégies de développement et les structures organisationnelles que les politiques d'innovation, de financement, de commercialisation, de gestion des ressources humaines et la conception du contrôle.

L'ouvrage *Management international* se présente en 10 chapitres :

1. Globalisation et mutation du management international
2. Le management et l'entreprise dans le tourbillon international
3. L'innovation, un facteur décisif
4. Le management international face à de nouvelles responsabilités sociales
5. L'élaboration d'une stratégie d'internationalisation
6. La mise en oeuvre d'une stratégie d'internationalisation
7. L'organisation d'une entreprise internationalisée
8. Le management des opérations internationales
9. Le management de la diversité culturelle
10. Contrôle et contrôles

Cet ouvrage se veut un véritable guide en matière de management international grâce à des schémas pertinents de réflexion et d'action, des repères de connaissances utiles, de nombreux exemples industriels et des cas éclairants. Ces illustrations concernent plus particulièrement le monde francophone (français, suisse, africain, canadien…) mais pas seulement; elles sont conçues dans la perspective d'une interaction féconde entre théories et pratiques effectives.

Ce qui caractérise cet ouvrage, c'est une très grande clarté dans le propos, dans les définitions et dans l'exposé des théories et des pratiques. Par exemple, l'ouvrage débute par une mise au clair des spécificités de la globalisation par rapport à la mondialisation. Les auteures soulignent que dans l'usage courant de mots, *globalisation* ou entreprises globales, sont aujourd'hui souvent préférés à *internationalisation*, entreprises multinationales ou transnationales. Ce qui nous est rappelé, c'est que l'évolution des mots n'est pas neutre et traduit une rupture systémique pour le management international. Le mot « mondialisation » a en effet une connotation essentiellement spatiale; il fait allusion à quelque chose qui s'est déployé, géographiquement, à la surface de la terre, ou qui est toujours observable dans cet espace du fait de l'histoire (domination d'un territoire). Le terme globalisation fait lui référence à la substance d'un processus : C'est un ensemble qui touche les divers composants et leurs interrelations. Par définition, la globalisation rend compte de l'intégration fonctionnelle des divers composants d'un système : c'est un processus d'interconnexion et donc d'interdépendance d'un nombre croissant d'acteurs dans le monde.

Au-delà des aspects opérationnels classiques du management international, l'ouvrage accorde une importance particulière à ces dimensions du mangement international qui prennent aujourd'hui une importance croissante : l'innovation, la responsabilité sociale et le développement durable, et le management de la diversité culturelle. A titre d'exemple, l'excellent chapitre sur l'innovation met l'accent sur les formes d'innovation et la complexité du processus innovateur à l'égard duquel le manager international joue un rôle primordial, au cœur du processus créatif, à la fois pour enclencher et mener à bonne fin ce processus, et pour en protéger le résultat vis-à-vis de la concurrence. Dans cette perspective, le management de la propriété intellectuelle, à la fois système de veille et arme de négociation, est une composante importante de la stratégie d'innovation d'une firme (ou d'un état souverain).

Cet ouvrage est un véritable tour de force car en quelques 250 pages, il fait ne fait pas que livrer des recettes éprouvées : il ouvre des pistes pour comprendre la complexité du réel et opérer avec méthode. Il propose de nombreux exemples et cas qui viennent illustrer à propos les faits avec lesquels les managers ont à composer. Il aborde les différentes facettes de l'environnement international en voie de globalisation, les défis à surmonter, et les stratégies et opérations envisageables.

L'ouvrage s'adresse aux étudiants en université ou écoles de commerce, aux enseignants et consultants ainsi qu'aux managers internationaux aussi bien à ceux qui exercent déjà sur le terrain qu'à ceux qui ont envie d'embrasser la carrière après s'y être préalablement préparés. Il ne se limite pas au champ strict du management mais fait également des incursions dans celui de la vie politique, de la culture, du droit, de l'éthique qui, au même titre que l'économie, la finance ou la sociologie, fondent les choix de l'action entrepreneuriale. Nous le recommandons très vivement à l'ensemble des lecteurs de MI.

© MI 2011