

1. Record Nr.	UNINA9910133546103321
Autore	Mallard Alexandre
Titolo	Petit dans le marché : une sociologie de la très petite entreprise
Pubbl/distr/stampa	Presses des Mines, 2011 [Place of publication not identified], : Transvalor Presses des Mines, 2011
ISBN	9782356713278 2356713271 9782356710895 2356710892
Descrizione fisica	1 online resource (264 p.)
Collana	Collection Sciences sociales Petit dans le marchâe
Soggetti	Small business - Social aspects - France Communication in organizations - France Industrial sociology - France Management Business & Economics Industrial Management
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
Sommario/riassunto	Les très petites entreprises font l'objet d'une attention croissante de la part des décideurs économiques et politiques. Comment ces « petits acteurs » de l'économie, qui emploient près du tiers de la population active et produisent une part considérable de la richesse nationale, parviennent-ils à trouver leur place dans le marché ? Cet ouvrage nous invite à entrer dans l'univers des micro-organisations et à suivre la manière dont elles tissent les liens avec leur environnement. Il étudie les pratiques ordinaires du commerce et de la communication par lesquelles elles mettent en œuvre des prestations spécifiques et développent une relation marchande originale. Basé sur des enquêtes qualitatives et quantitatives qui permettent d'appréhender les très petites entreprises dans toute leur diversité, il apporte une contribution

importante au courant français de la sociologie économique.
