

1. Record Nr.	UNISA996385689303316
Titolo	Miracle vpon miracle. Or A true relation of the great floods which happened in Coutry, in Lynne, and other places, on the 16. and 17. dayes of Aprill last past, in this present yeare of our Lord God, 1607 [[electronic resource]]
Pubbl/distr/stampa	Printed at London, : [By G. Eld] for Nathanael Fosbrook. and Iohn Wright, 1607
Descrizione fisica	[2], 12, [2] p
Soggetti	Floods - England Great Britain History James I, 1603-1625 Early works to 1800
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	With a title-page woodcut. Printer's name from STC. The last leaf is blank. Reproduction of the original at the Henry E. Huntington Library and Art Gallery.
Sommario/riassunto	eebo-0113

2. Record Nr.	UNINA9910495924203321
Autore	Both Anne
Titolo	Les managers et leurs discours : Anthropologie de la rhétorique managériale / Anne Both
Pubbl/distr/stampa	Pessac, : Presses Universitaires de Bordeaux, 2020
ISBN	979-1-03-000543-1
Descrizione fisica	1 online resource (376 p.)
Altri autori (Persone)	Jeudy-BalliniMonique
Soggetti	Business Anthropology ethnographie idéologie expert normalisation presse d'entreprise imposture
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	<p>Excellence, qualité, proactivité, autodiagnostic, normalisation, processus, juste-à-temps, zéro défaut, bonnes pratiques, équipe projet, kaizen. Cette déferlante de mots aux consonances parfois américano-japonaises a marqué les entreprises depuis les années 1990, avant de se diffuser dans les autres types d'organisation. D'où, vient ce discours ? Par quels moyens pénètre-t-il dans l'entreprise ? Comment expliquer son succès, sa généralisation, sa diffusion ? les salariés, principaux destinataires, le comprennent-ils ? En quoi change-t-il les rapports au travail et à l'entreprise ? Présentés dans une abondante littérature et par des experts (consultants) comme efficaces, rationnels voire inexorables, le discours managérial - ainsi que les pratiques qui lui sont associées - devraient a priori concilier enfin les intérêts des salariés et ceux de leur hiérarchie. Or, l'enquête ethnologique, menée par l'auteur pendant plusieurs années dans une</p>

agence de communication parisienne, contredit la réussite de cette métamorphose du monde du travail. L'analyse de la collecte des propos des managers et des réactions de leurs subordonnés révèle que le pouvoir de ce discours réside précisément dans sa capacité à rester incompris et son autorité dans celle d'imposer sa supériorité statutaire.
