

REÇU

Le 20 MARS 2012

Sommaire

Éditorial

*Vers un champ de recherche transdisciplinaire
en communication d'influence* 135

L'intelligence économique :

une stratégie de réseau pour les entreprises
Par Christophe Assens et Christelle Perrin 137

L'influence dans la stratégie des entreprises

Par Aubry Springuel 153

L'influence du discours sur la diffusion d'une pratique de gestion.

Le cas du « modèle FRE »

Par Romain Zerbib 161

L'intelligence économique au service de l'entreprise innovante

Par Naima El Haoud 175