

Liste des communications

Communication N°1 - Atelier 1

Processus de changement dans une perspective entrepreneuriale : origine interne ou externe ?

Jean-Michel Degeorge

Communication N°2 - Atelier 1

Opportunités et Capacités informationnelles.

Pierre-André Julien, Ivan-P. Vaghely.

Communication N°3 - Atelier 1

L'impact du réseau relationnel de l'entrepreneur dans l'identification d'opportunités d'affaires : une étude exploratoire.

Amine Chelly

Communication N°4 - Atelier 1

Entrepreneur de la restauration artisanale : Caractéristiques, stratégies, performances.

Christine Demen Meier

Communication N°5 - Atelier 2

Comprendre les conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales des nouvelles générations : un projet de recherche.

Yvon Gasse, Josée Audet, Maripier Tremblay, Gérald d'Amboise, Etienne Saint-Jean

Communication N°6 - Atelier 2

Motivations de création de nécessité et d'opportunité et secteurs de création.

Olivier Giacomini, Jean-Luc Guyot, Frank Janssen, Olivier Lohest

Communication N°7 – Atelier 2

Perceptions culturelles et intentions d'entreprendre des étudiants : une comparaison France-Brésil.

Saulo Barbosa, Walter Marinho de Oliveira, Alain Fayolle, Francisco Vidal Barbosa

Communication N°8 – Atelier 2

L'influence de la culture nationale sur l'intention entrepreneuriale : illustration à travers le cas de TPE française et tunisiennes.

Malek Bourguiba

Communication N°9 - Atelier 3

Barrières à l'entrepreneuriat et primo-crédation d'entreprises : le genre est-il une variable discriminante ?

Jean-Luc Guyot, Olivier Lohest.

Communication N°10 – Atelier 3

Premier essai de questionnement de l'entrepreneuriat au féminin par le prisme de l'analyse proxémique des TPE/PME.

Valérie Ballereau

Communication N°11 - Atelier 3

De l'intention à la création d'entreprise chez les femmes. Les transformations sur l'image de soi, les conséquences sur la temporalité du projet.

Typhaine Lebegue, Robert Paturel

Communication N°12 - Atelier 4

Dynamique territoriale de l'entrepreneuriat : approche comparative et cadrage conceptuel.

Tinasoa Razafindrazaka, Claire V. de la Durantaye

Communication N°13 – Atelier 4

Définition de l'entrepreneuriat social : Revue de la littérature selon les critères géographique et thématique.

Sophie Bacq, Frank Janssen

Communication N°14 – Atelier 4

Innovation sociale et entrepreneuriat : A nouveaux marchés, nouveaux entrepreneurs ?

Julien De Freyman, Katia Richomme-Huet, Robert Paturel.

Communication N°15 – Atelier 4

Une analyse de l'articulation-innovation dans les PME : De la métaphore du jazz à l'apologie de la clarinette.

Jean-Louis Perrault, Josée St-Pierre

Communication N°16 - Atelier 5

Le dirigeant des très petites entreprises : éléments typologiques.

Annabelle Jaouen

Communication N°17 - Atelier 5

Quand la tontine d'entreprise crée le capital social intra organisationnel en Afrique : une étude de cas.

Raphaël Nkakleu

Communication N°18 - Atelier 5

Les transferts de TPE d'un milieu urbain vers un milieu rural : déterminants et effets sur les réseaux du dirigeant.

Séverine Saleilles, Bertrand Sergot

Communication N°19 – Atelier 5

L'artisan, le Monsieur Jourdain de l'innovation ?

Colette Fourcade, Marion Polge

Communication N°20 - Atelier 6

La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) : Application empirique au cas tunisien.

Sana El Harbi, Naima Mansour

Communication N°21 - Atelier 6

Le concept de 'nouvelle entreprise internationale' : Une évaluation de son apport à la théorie de l'entrepreneuriat international.

Sophie Bacq, Regis Coeurderoy

Communication N°22 - Atelier 6

Le rôle de l'expérience de l'entrepreneur dans le niveau d'internationalisation des jeunes entreprises.

Arild Aspelund, Mathieu Cabrol, Frédéric Nlemvo

Communication N°23 - Atelier 6

L'internationalisation des PME de haute technologie : Une analyse basée sur le management des connaissances.

Issam Mejri

Communication N°24 - Atelier 7

L'accompagnement au service de la relève entrepreneuriale : le cas de la foresterie au Québec.

Josée Audet, Paul Couteret

Communication N°25 - Atelier 7

Capacité de la convention de tutorat à favoriser le processus d'entrée du repreneur : approches juridique et entrepreneuriale.

Isabelle Tilloy-Alphonse

Communication N°26 - Atelier 7

La prise de fonction d'un repreneur de PME : Une contrainte de socialisation et un moyen d'emprise.

Sonia Boussaguet

Communication N°27 - Atelier 7

Une lecture scientométrique de la littérature sur les réseaux sociaux en sciences de gestion et en entrepreneuriat.

Frank Bares, Patrick Bourgne, Thomas Froehlicher

Communication N°28 - Atelier 8

Marketing des montres conçues et vendues sur Internet : Un nouveau modèle d'affaires.

François Courvoisier, Fabienne Courvoisier

Communication N°29 - Atelier 8

Apprentissage individuel ou collaboratif en ligne : Initiatives prometteuses pour les PME.

Eliane M.-F. Moreau

Communication N°30 - Atelier 8

Annulée

Communication N°31 - Atelier 8

Gouvernance TI et Performance à l'International des PME Gabonaises : un modèle d'analyse du Succès des TIC basé sur les Ressources ement

Ruphin Ndjambou, Serge Baile

Communication N°32 - Atelier 9

La gestion des savoirs individuels et des compétences collectives dans le processus d'internationalisation des PME.

Max Valax

Communication N°33 – Atelier 9

Tontines d'entreprise et création du capital social collectif : Résultats d'une étude auprès de 82 PME camerounaises.

Benjamin Manga, Raphaël Nkakleu, Victor Tsapi, Dagobert Ngongang

Communication N°34 - Atelier 9

L'autonomie au travail : innovation managériale ou nouvelle promesses : sa représentation chez des entrepreneurs et des cadres dans le secteur du textile et de l'habillement en Tunisie.

Sourour El Andoulsi

Communication N°35 - Atelier 9

Les groupements de PME : changement organisationnel pour le développement de l'activité internationale.

Martine Boutary, Cyril Durand

Communication N°36 - Atelier 10

Le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien.

Leïla Melbouci, Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, Algérie

Communication N°37 – Atelier 10

Etude exploratoire sur une population de chercheurs-entrepreneurs.

Isabelle Micaëlli

Communication N°38 - Atelier 10

Degré d'engagement international de la PME et Comportement informationnel.

Mostafa Abakouy

Communication N°39 - Atelier 10

Recherche de légitimité et poursuite d'opportunités : proposition d'une typologie de créateurs.

René Pierre Beylier, Karim Messeghem, Sylvie Sammut

Communication N°40 - Atelier 11

Identifications des mécanismes de gouvernance applicables aux PME.

François Brouard, Jackie Di Vito

Communication N°41 – Atelier 11

La création d'entreprise par les chercheurs fonctionnaires dans le cadre de la loi sur l'Innovation, Bilan et Perspectives de recherche ?

Pascal Philippart,

Communication N°42 - Atelier 11

Adoption d'innovations environnementales dans les petites entreprises : un modèle d'analyse

Leïla Temri

Communication N°43 - Atelier 11

Ensemble, à plusieurs ou en commun ? Proposition d'un cadre conceptuel et d'une typologie pour appréhender l'entrepreneuriat en équipe.

Thierry Levy-Tadjine, Robert Paturel

Communication N°44 - Atelier 12

Barrières au développement et intentions stratégiques des PME d'exploitation forestière.

Etienne Saint-Jean, Luc lebel, Josée Audet

Communication N°45 – Atelier 12

La travail à temps partagé, forme innovante d'organisation et d'emploi en PME, une approche théorique.

Marc-André Vilette

Communication N°46 – Atelier 12

Les PME Tunisiennes et le Marché Alternatif « Cotation de SOPAT ».

Mohamed Mehdi Dhaoui, Philippe Castelnau

Communication N°47 – Atelier 12

Processus de décision stratégique dans la PME et l'impact dans sa performance globale.

Victor Gabriel Sanchez Trejo, Brenda Marcela Briones Rodriguez

Communication N°48 - Atelier 13

Inégalités des chances : le rôle de la famille dans la création d'entreprise.

Emma Baccari, Salma Maoufoud

Communication N°49 - Atelier 13

Taille et engagement environnemental des PME familiales.

Sandrine Berger-Douce

Communication N°50 - Atelier 13

Vers une évolution identitaire des dirigeants d'entreprises artisanales ?

Catherine Thevenard-Puthod, Christian Picard

Communication N°51 - Atelier 13

Entreprise familiale : Une littérature autonome à fonder sur les objectifs familiaux.

Albert B.R. Lwango

Communication N°52 - Atelier 14

Quand les artisans regardent l'entreprise artisanale – les leçons d'une étude empirique.

Frédéric Allard, Pascale Amans, Ketty Bravo, Stéphanie Loup, Robert Descargues

Communication N°53 – Atelier 14

Stratégies de coopération de proximité : des modes d'innovation organisationnelle en PME ?

Colette Fourcade

Communication N°54 - Atelier 14

Réseau relationnel institutionnel versus réseau relationnel personnel ; comment faire cohabiter ces deux formes de réseaux ?

Jean-Claude Taddei

Communication N°55 - Atelier 14

Place et rôle des PME dans la dynamique de l'innovation, ou quand les politiques de soutien aux entreprises font système.

Denis Carré, Nadine Levratto

Communication N°56 - Atelier 15

L'opérationnalité du Business Model en contexte de création d'entreprise.

Estèle Jouison

Communication N°57 - Atelier 15

La conduite d'études de cas encadrés : une stratégie de recherche adaptée à la configuration résiliente de petites entités française de l'économie solidaire.

Martine Hlady-Rispa

Communication N°58 - Atelier 15

Quelles perspectives le paradigme des sciences de l'artificiel offre-t-il à la recherche en entrepreneuriat ?

Marie-José Avenier, Christophe Schmitt

Communication N°59 - Atelier 15

Usages de la notion de cognition dans les travaux de recherche sur l'entrepreneuriat.

Pierre Cossette

Communication N°60 - Atelier 16

Repenser l'échec entrepreneurial des nouvelles entreprises. Proposition d'une typologie s'appuyant sur une approche intégrative.

Ali Smida, Nabil Khelil

Communication N°61 – Atelier 16

Le processus de défaillance de l'entreprise : Intégration et relecture de la littérature.

Nathalie Crutzen, Didier Van Caillie

Communication N°62 – Atelier 16

Evolution des stratégies de croissance des jeunes entreprises : modélisation à partir des configurations et des processus.

Olivier Witmeur

Communication N°63 – Atelier 16

Analyse du comportement stratégique des PME dans l'Etat d'Hidalgo (Mexique).

Victor Gabriel Sanchez Trejo, Brenda Marcela Briones Rodriguez

Communication N°64 - Atelier 17

Cadre d'analyse des effets de leviers des stratégies collectives entrepreneuriales en TPE.

Christophe Leyronas, Stéphanie Loup

Communication N°65 - Atelier 17

La coopération interorganisationnelle et l'innovation en PME : le rôle de la capacité d'absorption des connaissances.

Belkassem Amamou, Salah Koubaa

Communication N°66 - Atelier 17

Innovation et internationalisation : les comportements collaboratifs des PME polonaises.

Gaël Gueguen, Catherine Peyroux, Olivier Torres

Communication N°67 - Atelier 17

Le rôle des réseaux dans l'internationalisation de la PME de haute technologie (PME-HT) : Le cas de la Colombie.

Luz Marina Ferro, Lise Préfontaine, Dorra Skander

Communication N°68 - Atelier 18

Capacités stratégiques et innovation de produits dans les PMI : Une approche gestaltiste.

Louis Raymond, Josée St-Pierre

Communication N°69 - Atelier 18

Décoder l'hybride de la 'coopération créatrice' : Le cas des PME de biotechnologies au Québec (Canada).

Anne-Laure Saives, Robert H. Desmarteau

Communication N°70 - Atelier 18

La PME et la durabilité : une gestion qui améliore les capacités d'innovation des entrepreneurs.

François Labelle

Communication N°71 - Atelier 18

Innovation dans les services aux entreprises et développement local.

Marie-Christine Monnoyer-Longé

Communication N°72 - Atelier 19

Déterminants et modes opératoires du contrôle de gestion dans les PME : une approche qualitative comparative.

Roland Condor, Karine Rebut

Communication N°73 - Atelier 19

Cohérence et cohésion de l'équipe de direction dans la PME : Une recherche-action sur l'implantation d'un système de gestion formel.

José Luis Pech, Luis Cisneros, Hugo Cordova

Communication N°74 - Atelier 19

La rapidité et la précocité de l'internationalisation des EIRP : approche par le Business Model.

Vinciane Servantie, Université Montesquieu-Bordeaux IV, France

Communication N°75 - Atelier 19

La perception du risque dans la perspective des sociétés de capital de risque et des PME technologiques : une étude exploratoire.

André Cyr

Communication N°76 - Atelier 20

Prévention et gestion des crises en PME : apports de la veille et de l'intelligence économique.

François Brouard, Sophie Larivet

Communication N°77 - Atelier 20

Le rôle du mentor dans le développement des apprentissages de l'entrepreneur novice.

Etienne Saint-Jean, Josée Audet

Communication N°78 - Atelier 20

Pourquoi devrais-je protéger mon innovation ? Formalisation stratégique et propriété intellectuelle dans les PME.

Sophie Reboud, Michel Santi, Tim Mazzarol

Communication N°79 - Atelier 20

Les réseaux interentreprises : un support à l'internationalisation des PMI sous-traitantes.

Mohamad Al Abdulsalam, Robert Paturel

Communication N°80 - Atelier 21

Stratégies de développement durable dans le PME : Une étude exploratoire auprès des PME camerounaises.

Viviane Ondoua Biwolé, Martine Spence, Joughaina Ben Boubaker Gherib

Communication N°81 – Atelier 21

Entreprendre une certification sociale dans une PME : quels enjeux pour la mobilisation des parties prenantes.

Manal El Abboubi, Annie Cornet

Communication N°82 - Atelier 21

Favoriser le développement d'un cluster « tourisme durable » au sein d'une destination touristique : le cas des Cinq Terres.

Corinne Van der Yeught

Communication N°83 - Atelier 21

Relations client-fournisseur dans le secteur bancaire camerounais : une co-existence des approches transactionnelle et relationnelle.

Altante Désirée Biboum, Claude Bekolo

Communication N°84 - Atelier 22

Positionnement de la PME manufacturière canadienne face aux outils de gestion enseignés dans le programmes de formation universitaires en administration.

Johann Vallerand, Janet Morril, Sylvie Berthelot

Communication N°85 – Atelier 22

Etudiants et entrepreneuriat : Etude France-Belgique.

Jean-Pierre Boissin, Annette Casagrande, Frank Janssen, Bernard Surlemont

Communication N°86 - Atelier 22

L'appréciation de la performance des équipes entrepreneuriales : une problématique délicate...

Cyrine Ben Hafaiedh-Dridi, Robert Paturel

Communication N°87 – Atelier 22

Les compétences interculturelles utiles pour entreprendre en Lituanie - Vers une communauté de pratiques franco-allemande.

Christophe Morace

Communication N°88 - Atelier 23

Stratégie des PME – Une Recension.

Edmilson Lima

Communication N°89 – Atelier 23

Processus de création de nouvelles entreprises : temps, difficultés, changements et performance.

Candido Borges, Louis Jacques Fillion, Germain Simard

Communication N°90 – Atelier 23

Processus de création de connaissances au niveau des équipes entrepreneuriales : illustration par le modèle de Nonaka et Takeuchi.

Haifa Naffakhi, Mohamed Bayad, Yosra Boughattas

Communication N°91 - Atelier 23

Internationalisation rapide versus progressive : Une perspective entrepreneuriale.

Rico J. Baldegger, Mathias Rossi, Patrick E. Schueffel