

Temes Avançats en Creació d'Empreses i Gestió de Pimes

2015/2016

Codi: 42781

Crèdits: 15

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313384 Recerca Aplicada en Economia i Empresa / Applied Research in Economics and Business	OT	0	2

Professor de contacte

Nom: Joan Lluís Capelleras Segura

Correu electrònic: JoanLluís.Capelleras@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: anglès (eng)

Equip docent

Joan Llonch Andreu

Jordi López Sintas

Stefan Felix Van Hemmen

Alejandro Rialp Criado

David Urbano Pulido

Equip docent extern a la UAB

Esteban García-Canal

Prerequisites

Students should be familiarised with research methods and techniques in social sciences.

Objectius

The main objective of this module is to provide students with a solid conceptual and empirical understanding of entrepreneurship and SME management.

As such, the module is aimed at helping students develop a critical appreciation for the concepts, theoretical frameworks, methodologies, and current questions that animate the field.

Competències

- Analitzar, sintetitzar i avaluar críticament una determinada temàtica d'interès científic i/o problemàtica real, considerant les seves diferents perspectives i fonamentant els resultats obtinguts i les conclusions.
- Comprendre, analitzar i avaluar els principals avanços científics i línies de recerca existents en l'àmbit de la creació, desenvolupament i gestió d'empreses, especialment les de petita i mitja dimensió (pimes), amb la finalitat d'integrar-los en recerques científiques, projectes i/o polítiques de caràcter públic o privat. (Especialitat en Recerca en Creació i Gestió d'empreses / Research in Entrepreneurship and Management),

- Elaborar i redactar projectes, informes tècnics i articles acadèmics en anglès, fent ús de la terminologia, l'argumentació, les habilitats de comunicació i les eines analítiques adequades a cada context, així com avaluar amb rigor aquells elaborats per tercers.
- Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i/o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Que els estudiants posseeixin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant d'una manera que haurà de ser en gran manera autodirigit o autònom.
- Seleccionar i aplicar diversos models i/o marcs teòrics, metodologies i tècniques de recerca científica, fonts de dades i eines informàtiques adequades a la recerca aplicada en economia i empresa.
- Treballar en equips de caràcter internacional i interdisciplinari.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar, sintetitzar i avaluar críticament una determinada temàtica d'interès científic i/o problemàtica real, considerant les seves diferents perspectives i fonamentant els resultats obtinguts i les conclusions.
2. Aplicar les principals metodologies i tècniques d'anàlisi qualitativa, així com les eines informàtiques existents (Atlas.ti, NVIVO) per a l'anàlisi de dades qualitatives en l'àmbit de la creació, desenvolupament i gestió d'empreses (pimes).
3. Elaborar i redactar projectes, informes tècnics i articles acadèmics en anglès, fent ús de la terminologia, l'argumentació, les habilitats de comunicació i les eines analítiques adequades a cada context, així com avaluar amb rigor aquells elaborats per tercers.
4. Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i/o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
5. Que els estudiants posseeixin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant d'una manera que haurà de ser en gran manera autodirigit o autònom.
6. Reconèixer i distingir els coneixements teòrics, metodològics i empírics vinculats a la recerca actual en creació, creixement i internacionalització de noves empreses, així com avaluar les seves conseqüències per a la recerca futura.
7. Reconèixer i distingir els coneixements teòrics, metodològics i empírics vinculats a la recerca actual en direcció i gestió estratègica, organitzativa, comercial (màrqueting) i capital social o relacional (aliances i xarxes interorganitzatives) de diversos tipus de pimes (familiars, internacionals, innovadores, socials, etc.), així com avaluar el seu impacte en l'acompliment empresarial, de cara a fomentar noves recerques empíriques sobre aquest tema.
8. Treballar en equips de caràcter internacional i interdisciplinari.

Continguts

TOPICS:

Entrepreneurship and Institutional Economics

Themes:

- 1- Introduction to the field of entrepreneurship. Main general theories and Institutional Economics.
- 2- Methodological issues in the entrepreneurship research (bibliographic resources, main journals, structure of the publications, techniques of analysis, data bases -GEM-, etc.).
- 3- Entrepreneurship and environmental factors: Theoretical and empirical approaches.
- 4- Informal institutions as a driver of entrepreneurial activity
- 5- Formal institutions and optimal policy promotion of entrepreneurship.
- 6- The quality of enforcing institutions and entrepreneurship.

7- Diversity approach in entrepreneurship (entrepreneurial universities, social entrepreneurship, immigrant entrepreneurship, intrapreneurship, female entrepreneurial activity, etc.).

8- Entrepreneurship research agenda in the Spanish and Latin American context.

International Entrepreneurship

Themes:

1- Course introduction and how to conduct a good literature review

2- Literature reviews in the international entrepreneurship field

3- International entrepreneurship as a field of research: Key concepts and definitions, methodologies and lines of research.

4- Conceptual and theoretical foundations of international entrepreneurship

5- Empirical (quantitative and qualitative) studies in international entrepreneurship

New Venture Growth and Strategy in SMEs

Themes:

1- Concept, measurement and patterns of new venture growth

2- Factors influencing new venture growth

3- New venture growth modes and strategies

4- Strategic management in SMEs

5- Strategic analysis: external and internal analysis

6- Strategy formulation: competitive and corporate strategies

7- Strategy implementation: organizational design

Marketing and Networking in SMEs

Themes:

1- Conducting research in marketing

2- Market orientation in SME

3- Relationship between market orientation and entrepreneurship

4- Organization of marketing activities in SME

5- Networking: Concepts and perspectives

6- Networking across the value chain

7- Networking and international expansion

8- Networking and technological innovation

9- Managing Alliances and Alliance Portfolios and networks

Qualitative Methods for Research in Entrepreneurship and SMEs

Themes:

- 1- Research paradigms in qualitative research
- 2- Research designs: five traditions
- 3- Qualitative data: Observing, conversing, collecting
- 4- Analyzing data: coding, categorizing, interpreting
- 5- Writing a qualitative paper: ordering and communicating concepts
- 6- The technology of qualitative research
- 7- Evaluating qualitative research

Metodologia

The module will include different activities such as lectures, seminars, essays, tutorials, personal study and research activities.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes	93,75	3,75	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tipus: Supervisades			
Essays and tutorials	56,25	2,25	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tipus: Autònomes			
Personal study and research activities	207	8,28	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Avaluació

The evaluation will be based on class attendance (5%), presentation and discussion of essays and problems (50%), readings' presentations and discussion (25%), and exams (20%).

Failure to obtain a 5 (out of 10) in the grade of the module will result in a retake exam of those topics that have not been passed. In that case, the final grade of the module will be computed with the grades of the retake exams and in any case cannot exceed a grade of 5. The format of the retake exams will be decided by the lecturers. They will take place during the second half of May.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Class attendance	5%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Exams	20%	5	0,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Presentation and discussion of essays	50%	8	0,32	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Bibliografia

- Becker, H. S. (1998). "Tricks of the Trade: How to Think About Your Research While You're Doing It". Chicago: The University of Chicago Press.
- Bryman, A. (1988). *Quantity and Quality in Social Research*. London, Boston: Unwin Hyman.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks (Calif.) [etc.]: Sage.
- Denzin, N.K., and Y.S. Lincoln (1994), *Handbook of Qualitative Research*. CA: Sage.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Seale, C. (1999). *The Quality of Qualitative Research*. London: SAGE Publications.
- Shank, G. D. (2002). *Qualitative Research: A Personal Skills Approach*. Upper Saddle River, New Jersey: Merrill Prentice Hall
- Strauss, A. L. (1991). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Technique* (3rd. printing.). Newbury Park: SAGE.

- Bruton, G.D., Ahlstrom, D. and H-L. Li (2010), "Institutional Theory and Entrepreneurship: Where Are We Now and Where Do We Need to Move in the Future?" *ETP*, 34(3): 421-440.
- Djankov, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F, and A. Shleifer (2002), "The Regulation of Entry" *Quarterly Journal of Economics* 117(1): 1-37 .
- Gartner, W.B. (1985), "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation". *Academy of Management Review*, 10(4): 696-706.
- Global Entrepreneurship Monitor (2012) Data bases. Available at www.gemconsortium.org
- Gnyawali, D.R. and D.S. Fogel (1994), "Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications". *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 18(4): 43-62.
- Klapper, L., Laeven, L., and R. Rajan (2006), "Entry regulation as a barrier to entrepreneurship" *Journal of Financial Economics*, 82: 591-629.
- Stephen, F.; Urbano, D. and S. Van Hemmen (2009), "The responsiveness of entrepreneurs to working time regulations". *Small Business Economics*, 32: 259-276.
- World Bank (2012), "Starting a Business Methodology" The Doing Business Project. Available at www.doingbusiness.org

- Audretsch, D.B. (ed.) (2003): *SMEs in the Age of Globalization*. Series no.13. UK: Edward-Elgar Publishing.
- Capelleras, J.L. & Kantis, H.D. (2009): *Nuevas Empresas en América Latina. Factores que Favorecen su Rápido Crecimiento*. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).
- Davidsson, P. & Wiklund, J. (2013): *New Perspectives on Firm Growth*. Northampton, MA: Edward-Elgar Publishing.
- Gabrielsson, M. & Manek Kirpalani, V.H. (eds.) (2012): *Handbook of Research on Born Globals*. Cheltenham: Edward-Elgar.
- Gilbert, B., McDougall, P. and Audretsch, D. (2006): "New venture growth: A review and extension", *Journal of Management*, 32(6): 926-950.
- Hisrich, R.D. (2013): *International Entrepreneurship* (2nd edition). Thousand Oaks: Sage.
- McNaughton, R.B. & Bell, J.D. (eds.) (2009): *Entrepreneurship and Globalization* (5 Volume Set). London: Sage Publications, Ltd.
- Nummela, N. (ed.) (2011): *International growth of Small and Medium Enterprises*. NY: Routledge.
- Oviatt, B.M. & McDougall, P.P. (eds.) (2007): *International Entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward-Elgar
- Parker, S.(ed.) (2006): *The Life Cycle of Entrepreneurial Ventures*. New York, Springer.
- Rialp, A. & Rialp, J. (2007) (eds.): *International Marketing Research. Opportunities and Challenges for the XXIst Century*. *Advances in International Marketing*, 17. Amsterdam: Elsevier/JAI.
- Storey, D.J. & Greene, F.J. (2010): *Small Business and Entrepreneurship*. London: Pearson.

- Barney, J. (2002). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, 2nd ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Barney, J.B., Ketchen, D.J & Wright. M. (2011): "The Future of Resource-Based Theory: Revitalization or Decline?", *Journal of Management*, 37: 1299-1315.
- Furrer, O., Thomas, H. & Goussevskaia, A. (2007): "The Structure and Evolution of the Strategic Management Field: A Content Analysis of 26 Years of Strategic Management Research". *International Journal of Management Reviews*, December: 1-23.
- Grant, R.M. (2010): *Contemporary Strategy Analysis*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Hill, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M. and D.L. Sexton (2002), *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset*. John Wiley & Sons.
- Hoskisson, R.E., Hitt, M.A., Wan, W.P., & Yiu, D. (1999). "Theory and Research in Strategic Management: Swings of a Pendulum". *Journal of Management*, 25 (3): 417-456.
- Penrose, E. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford, Basil Blackwell.
- Rumelt, R.P., Schendel, D., and D.J. Teece (eds.) (1994), *Fundamentals Issues in Strategy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Teece, D.J., Pisano, G. & Schuen, A. (1997): "Dynamic Capabilities and Strategic Management". *Strategic Management Journal*, 18 (7): 509-533.

- Baker, W.E. and J.M. Sinkula (2009). "The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses", *Journal of Small Business Management*, 47 (4), pp. 443-464.
- Child, J., Faulkner, D., and S. Tallman (2005). "Cooperative Strategy: Managing Alliances, Networks, and Joint Ventures", OxfordUniversity Press, NY.
- Doz, Y.L. and Hamel, G. (1998). "Alliance advantage. The art of creating value through partnering", Harvard Business School Press, Boston.
- Dussauge, P. and B. Garrette (1999). "Cooperative strategy. Competing successfully through strategic alliances", Wiley, N.Y.
- Dyer, J. (2000): "Collaborative Advantage: Winning through Extended Enterprise Supplier Networks", Oxford University Press, New York
- Raju,P.S., Lonial, S.C. and M. D. Crum (2011). "Market orientation in the context of SMEs: a conceptual framework", *Journal of Business Research*, vol. 64, pp. 1320-1326.