

Temes Avançats en Creació d'Empreses i Gestió de Pimes

Codi: 42781
Crèdits: 15

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

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Joan Lluís Capelleras Segura

Correu electrònic: JoanLluís.Capelleras@uab.cat

Equip docent

Joan Llonch Andreu

Jordi López Sintas

Stefan Felix van Hemmen

Alejandro Rialp Criado

Joan Lluís Capelleras Segura

David Urbano

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: anglès (eng)

Equip docent extern a la UAB

Esteban García-Canal

Prerequisits

Cal que els estudiants estiguin familiaritzats amb els mètodes i tècniques de recerca en ciències socials.

Objectius

L'objectiu principal d'aquest mòdul és proporcionar als estudiants una sòlida comprensió conceptual i empírica de la recerca en l'emprenedoria i la gestió de les PIMES. Així, el mòdul està orientat a ajudar els estudiants a desenvolupar una valoració crítica dels conceptes, marcs teòrics, metodologies i preguntes actuals de recerca en aquest camp.

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 posseïxin 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 posseïxin 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

TEMES

Emprenedoria i economia institucional

- 1- Introducció al camp de l'emprenedoria. Principals teories i economia institucional.
- 2- Aspectes metodològics en la investigació en empenedoria.
- 3- Emprenedoria i factors de l'entorn: enfocaments teòrics i empírics.
- 4- Les institucions informals com a motor de l'emprenedoria.
- 5- Institucions formals i política de promoció de l'emprenedoria.
- 6- La qualitat de les institucions i l'emprenedoria.

7- Aproximació a la diversitat en l'emprenedoria.

8- Agenda de recerca en emprenedoria.

Entorn de negoci internacional i emprenedoria internacional

1- Introducció al curs i com fer una bona revisió de literatura en aquest camp

2- Introducció en l'àmbit del negoci internacional

3- L'emprenedoria internacional com a camp de recerca: conceptes i definicions, metodologies i línies de recerca clau.

4- Fonaments conceptuals i teòrics de l'emprenedoria internacional

5- Estudis empírics (quantitatius i qualitius) en emprenedoria internacional

Creixement de noves empreses i estratègia en PIMES

1- El creixement de les noves empreses

2- Mesurament i patrons de creixement

3- Factors que influeixen en el creixement

4- Modes i estratègies de creixement

5- Direcció estratègica en PIMES

6- Anàlisi estratègica: anàlisi externa i interna

7- Formulació de l'estratègia: estratègies competitives i corporatives

8- Implementació de l'estratègia: disseny organitzatiu

Màrqueting i **networking** en PIMES

1- La recerca en màrqueting

2- Orientació al mercat en PIMES

3- Relació entre orientació al mercat i emprenedoria

4- Organització d'activitats de màrqueting en PIMES

5- *Networking*: conceptes i perspectives

6- *Networking* a la cadena de valor

7- *Networking* i expansió internacional

8- *Networking* i innovació tecnològica

9- Gestió d'aliances i xarxes

Mètodes qualitius per a la investigació en emprenedoria i PIMES

1- Paradigmes de recerca en recerca qualitativa

2- Dissenys de recerca: tradicions

3- Dades qualitatives: Observació, conversa, recopilació

- 4- Analitzar dades: codificar, categoritzar, interpretar
- 5- Redacció d'un treball qualitatiu: ordenar i comunicar conceptes
- 6- La tecnologia de la investigació qualitativa
- 7- Avaluació de la investigació qualitativa

Metodologia

El mòdul inclou les següents activitats: classes teòriques, classes pràctiques, seminaris, assaigs, tutories, estudi personal i activitats de recerca.

L'avaluació proposada pot experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques i pràctiques	93,75	3,75	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tipus: Supervisades			
Assaigs i tutories	56,25	2,25	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tipus: Autònomes			
Estudi personal i activitats de recerca	207	8,28	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Avaluació

La nota del mòdul es basarà en les següents components: assistència a classe (5%), presentació i discussió d'assaigs i problemes (50%), presentació i discussió de lectures (25%) i exàmens (20%).

L'avaluació proposada pot experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Calendari d'activitats d'avaluació

Les dates de les diferents proves d'avaluació (exàmens finals, exercicis en aula, entrega de treballs,...) s'anunciaran amb suficient antelació durant el semestre.

"La programació de les proves d'avaluació no es podrà modificar, tret que hi hagi un motiu excepcional i degudament justificat pel qual no es pugui realitzar un acte d'avaluació. En aquest cas, les persones responsables de les titulacions, prèvia consulta al professorat i a l'estudiant afectat, proposaran una nova programació dins del període lectiu corresponent." Apartat 1 de l'Article 115. Calendari de les activitats d'avaluació (Normativa Acadèmica UAB). Els estudiants i les estudiantes de la Facultat d'Economia i Empresa que d'acord amb el paràgraf anterior necessitin canviar una data d'avaluació (principalment algun examen/s final) han de presentar la petició omplint el document Sol·licitud reprogramació prova

https://eformularis.uab.cat/group/deganat_feie/reprogramacio-proves

Procediment de revisió de les qualificacions

Un cop totes les activitats avaluatives del mòdul s'hagin acabat, s'anunciarà als estudiants el dia i el mitjà en que es publicaran les qualificacions finals del mòdul. De la mateixa manera s'informarà del procediment, lloc, data i hora de la revisió de l'avaluació d'acord amb la normativa de la Universitat.

Procés de Recuperació

"Per participar al procés de recuperació l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat en un conjunt d'activitats que representi un mínim de dues tercers parts de la qualificació total del mòdul." Apartat 3 de l'Article 112 ter. La recuperació (Normativa Acadèmica UAB). Addicionalment, es requerirà que l'estudiant hagi assolit una nota mitja del mòdul entre 3.5 i 4.9.

La data d'aquesta recuperació serà degudament anunciada per la coordinació del programa. L'estudiant que es presenti i la superi aprovarà el mòdul amb una nota de 5. En cas contrari, mantindrà la mateixa nota i l'estudiant suspèn el mòdul.

Irregularitats en actes d'avaluació

Sense perjudici d'altres mesures disciplinàries que s'estimin oportunes, i d'acord amb la normativa acadèmica vigent, "en cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'un mateix mòdul, la qualificació final d'aquest mòdul serà 0". Apartat 10 de l'Article 116. Resultats de l'avaluació. (Normativa Acadèmica UAB)

Qualificació "No avaluable"

Un alumne només pot obtenir un "No Avaluable" al mòdul sempre i quan no hagi participat en cap de les activitats d'avaluació dins d'aquest. Per tant, es considera que un estudiant que realitza alguna component d'avaluació ja no podrà optar a un "No Avaluable" en el mòdul.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència a classe	5%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Exàmens	20%	5	0,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Presentació i discussió d'assaigs	50%	8	0,32	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Presentació i discussió de lectures	25%	5	0,2	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., Contin, I., Larraza, M. and Martin, V. (2019): "Entrepreneurs' human capital and growth aspirations: the moderating role of regional entrepreneurial culture". *Small Business Economics*, 52: 3-25
- 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.
- Nason, R.S. and Wiklund, J. (2018): "An assessment of resource-based theorizing on firm growth and suggestions for the future", *Journal of Management*, 44(1): 32-60.
- 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. (2016): *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.