

TRACK 1 : Cognition et émotion en entrepreneuriat : contextes, dynamiques et implications pratiques /
Cognition and emotion in entrepreneurship: contexts, dynamics, and practical implications

Responsable(s) / Person(s) in Charge:

Saulo DUBARD BARBOSA (EM Lyon business school, Centre de Recherche en Entrepreneuriat et Innovation)
– barbosa@em-lyon.com

Fabienne BORNARD (INSEEC Grande Ecole, INSEEC) – fbornard@insec.com

Mohsen TAVAKOLI (Burgundy School of Business, CEREN) – mohsen.tavakoli@bsbeducation.com

Présentation/ Presentation

Présentation en français (english version below) :

La recherche sur la cognition entrepreneuriale a produit au cours des dernières décennies une quantité significative de connaissances (Shepherd & Patzelt, 2018). Ce courant de recherche a été rejoint plus récemment par une série d'études mettant en avant l'importance des émotions en entrepreneuriat (Cardon et al., 2012 ; Grégoire et al., 2015). Par ailleurs, dans le numéro spécial de la Revue de l'Entrepreneuriat (2019) portant sur les enjeux et perspectives de la recherche sur la cognition entrepreneuriale, C. Schmitt et Denis Grégoire soulignaient la nécessité d'avancer dans l'opérationnalisation des nouveaux concepts tels que la cognition située et distribuée.

Dans cet appel nous posons la question des implications pratiques de ces recherches, un enjeu crucial des sciences de gestion (Gioia, 2022 ; Jullié & Gould, 2022). Comment traduire les découvertes scientifiques auprès des entrepreneurs ? En quoi les travaux sur la cognition et l'émotion peuvent transformer ou améliorer les pratiques d'accompagnement et d'enseignement en entrepreneuriat ?

De plus, la recherche sur la cognition mais aussi celle sur les émotions en entrepreneuriat ont historiquement privilégié l'individu, délaissant au second plan le contexte (social, économique, politique, culturel et écologique). L'intérêt porté aux dynamiques d'équipe et aux formes collectives d'entrepreneuriat (Fu et al., in press) reste assez récent.

Nous proposons donc de poursuivre les recherches sur les approches cognitives intégrant la dimension émotionnelle de l'entrepreneuriat dans une perspective collective, contextualisée et dynamique. Nous invitons ainsi des contributions qui privilégient le rapport cognitif et émotionnel des entrepreneurs avec leurs contextes, dans une perspective dynamique où l'entrepreneur n'est pas seul.

Nous faisons donc appel à des contributions qui s'intéressent, entre autres, aux questions suivantes :

- Comment le contexte de l'action entrepreneuriale façonne les émotions et les processus cognitifs des entrepreneurs, investisseurs, accompagnateurs ? Et comment ces acteurs influencent et créent leurs propres contextes d'action ?

- Dans le prolongement des travaux sur la santé des entrepreneurs (Moysan, 2022 ; Torrès et al., 2022), quelles sont les conséquences des éléments de contexte sur les dynamiques émotionnelles et cognitives des entrepreneurs ?
- Dans le prolongement des travaux sur les biais cognitifs et la prise de décision entrepreneuriale (Dubard Barbosa et al., 2019), peut-on concevoir des modèles intégrant des facteurs socio-culturels larges (tels que la religion, la classe sociale, l'origine ethnique, et même les enjeux écologiques) ?
- Quelle est l'importance de l'imaginaire pour l'action entrepreneuriale et comment doit-on le développer dans l'éducation à l'entrepreneuriat (Bornard et al., 2019) ?
- Quelles sont les conséquences émotionnelles et cognitives des pratiques d'accompagnement à la fois pour l'entrepreneur et pour l'accompagnateur ? Comment les améliorer ?

Les questions ci-dessus sont présentées à titre indicatif, l'appel n'étant pas limité aux travaux les traitant directement. Néanmoins, nous privilégierons des travaux empiriques vis-à-vis des travaux purement conceptuels. Nous estimons que les enjeux de notre champ sont davantage orientés sur des protocoles méthodologiques renouvelés et sur le développement de propositions plus riches et applicables afin d'améliorer les liens recherche-pratique.

English presentation :

Research on entrepreneurial cognition has produced a significant amount of knowledge in recent decades (Shepherd & Patzelt, 2018). More recently, this research stream has been enriched by a series of studies highlighting the importance of emotions in entrepreneurship (Cardon et al., 2012; Grégoire et al., 2015). In addition, in the special issue of the *Revue de l'Entrepreneuriat* (2019) on the challenges and perspectives of research on entrepreneurial cognition, C. Schmitt and Denis Grégoire stressed the need to advance in the operationalization of new concepts such as located and distributed cognitions.

In this call for papers, we invite participants to question the practical implications of this line of research, which is of crucial importance to management science (Gioia, 2022; Jullié & Gould, 2022). How to translate scientific findings to entrepreneurs? How can our work on cognition and emotion transform or improve teaching and coaching practices in entrepreneurship?

Furthermore, research on cognition and also on emotions in entrepreneurship has historically focused on the individual, often overlooking the context (social, economic, political, cultural and ecological). Scholar interest in team dynamics and collective forms of entrepreneurship (Fu et al., in press) is relatively recent. We therefore propose to continue research on cognitive approaches integrating the emotional dimension of entrepreneurship by adopting a collective, contextualized, and dynamic perspective. Hence, we invite contributions that focus on the cognitive and emotional relationship between entrepreneurs and their contexts, in a dynamic perspective where the entrepreneur is not alone.

We are calling for contributions that address, but are not limited to, the following issues:

- How does the context of entrepreneurial action shape the emotions and cognitive processes of entrepreneurs, investors, and coaches? And how do these actors influence and create in their turn, their own contexts of action?
- Extending recent work on the health of entrepreneurs (Moysan, 2022; Torrès et al., 2022), what are the consequences of contextual elements on the emotional and cognitive dynamics of entrepreneurs?
- Following up studies on cognitive biases and entrepreneurial decision-making (Dubard Barbosa et

al., 2019), can we design models that integrate broader sociocultural factors (such as religion, social class, ethnic origin, and even ecological issues)?

- What is the importance of imagination for entrepreneurial action and how should it be developed in the context of entrepreneurship education (Bornard et al., 2019)?
- What are the emotional and cognitive consequences of support practices for both entrepreneurs and coaches? How can they be improved?

The aforementioned questions are presented only as guidance for authors, as this call is also open to studies that do not directly address them. However, please note that we will give priority to empirical studies over purely conceptual papers. We believe that the challenges in our field are more oriented towards renewed methodological protocols and the development of richer and more applicable propositions to improve connections between research and practice.

Références clés / Key references (10 max) :

- Baron, R. (2008). The Role of Affect in the Entrepreneurial Process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328-340.
- Bornard, F., Verzat, C., & Gaujard, C. (2019). Un detour par l'imaginaire pour comprendre les fondements psychosociocognitifs de l'éducation entrepreneuriale. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 18(1), 109-140.
- Cardon, M. S., Foo, M. D., Shepherd, D., & Wiklund, J. (2012). Exploring the heart: Entrepreneurial emotion is a hot topic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 1-10.
- Dubard Barbosa, S., Fayolle, A., & Smith, B. R. (2019). Biased and overconfident, unbiased but going for it: How framing and anchoring affect the decision to start a new venture. *Journal of Business Venturing*, 34(3), 528-557.
- Fu, Y., Tietz, M. A., & Delmar, F. (2022). Obsessive passion and the venture team: When co-founders join, and when they don't. *Journal of Business Venturing*, 37(4), 106219
- Grégoire, D. A., Cornelissen, J., Dimov, D., & Burg, E. (2015). The mind in the middle: Taking stock of affect and cognition research in entrepreneurship. *International Journal of Management Reviews*, 17(2), 125-142.
- Grégoire, D. A., Corbett, A. C., & McMullen, J. S. (2011). The cognitive perspective in entrepreneurship: An agenda for future research. *Journal of Management Studies*, 48(6), 1443-1477.
- Moysan, C. (2022). De deux stressseurs entrepreneuriaux à deux risques en santé mentale chez les dirigeants de PME : Burnout et suicide. *Thèse de Doctorat soutenue à l'Université de Montpellier*.
- Schmitt, C. (2015). *L'agir entrepreneurial: repenser l'action des entrepreneurs*. PUQ.
- Torrès, O., Benzari, A., Fisch, C., Mukerjee, J., Swalhi, A., & Thurik, R. (2022). Risk of burnout in French small business owners and the COVID-19 crisis. *Small Business Economics*, 58(2): 689-716

Valorisation envisagée (numéro spécial, ouvrage, autre....) / Planned valorization (special issue, book, other)

Une valorisation est envisagée à travers la publication d'un numéro spécial auprès de revues françaises et internationales en entrepreneuriat dont les titres seront précisés ultérieurement.

An opportunity for publication will be explored through a special issue within a French or an international journal in entrepreneurship, which will be specified later.

Instructions aux auteurs / Instructions to authors

Types de soumissions acceptées :

- papiers longs (papiers complets)
- papiers courts (3 000 mots max., sous-rubriques imposées : Introduction/Objectifs (500 mots max.) ; Revue de littérature (500 mots max.) ; Approche/méthodologie (500 mots max.) ; Résultats (500 mots max.) ; Discussion (500 mots max.) ; Implications et limites (500 mots max.).

Les papiers doivent être originaux. Un contrôle anti-plagiat des papiers sera effectué.

Types of submissions accepted:

- long papers (full papers)

- short papers (3,000 words max., required subheadings: Introduction/Objectives (500 words max.); Literature review (500 words max.); Approach/methodology (500 words max.); Results (500 words max.); Discussion (500 words max.); Implications and limitations (500 words max.).

Papers must be original. An anti-plagiarism check of the papers will be carried out.

Calendrier / Deadlines

15/01/2023 : réception des communications (papiers courts – max 3000 mots – ou longs) / *receipt of papers (short - max 3000 words - or long)*

15/03/2023 : notification aux auteurs / *notification to authors*

30/04/2023 : réception des papiers révisés, courts ou longs, dans leur version définitive / *reception of the revised papers, short or long, in their final version*

Processus de soumission / Submission process

Les soumissions se feront sur la plateforme de la conférence : <https://aei2023.sciencesconf.org/>

Pour soumettre un papier vous devez préalablement vous enregistrer sur la plateforme.

Ensuite la procédure est la suivante :

1/ Cliquer sur « Mes dépôts »

- 2/ Cliquer sur « Déposer la communication » dans la rubrique nouveau dépôt
- 3/ Remplissez les différents champs (titre, résumé...)
- 4/ Dans « Thématique » sélectionnez le track dans lequel vous souhaitez soumettre
- 5/ Pensez à renseigner l'ensemble des auteurs
- 6/Charger votre fichier (word ou PDF) en veillant **à ce qu'il soit anonymisé**

Submissions will be made on the conference platform: <https://aei2023.sciencesconf.org/>

To submit a paper you must first register on the platform.

Then the procedure is as follows:

- 1/ Click on " My submissions ".
- 2/ Click on " Submit the paper " in the new submission section
- 3/ Fill in the different fields (title, abstract...)
- 4/ In " Topic filter " select the track in which you want to submit your paper
- 5/ Remember to fill in all the authors
- 6/ Upload your file (word or PDF) **making sure that it is anonymized**