



Neurosciences, stratégie et entrepreneuriat.

APPEL À COMMUNICATIONS

La neuroscience est une discipline apparue dans les années 60 aux États-Unis, son but est de comprendre les mécanismes biologiques des comportements des plus simples aux plus élaborés, y compris l'activité mentale. Chaque acte que nous effectuons, ramasser un crayon, écrire au tableau, sourire, etc. est une performance liée à une partie bien délimitée du cerveau (Cohen, 1993).

La Neuropsychologie Cognitive est une synthèse entre les neurosciences qui permettent aux chercheurs d'observer les zones du cerveau activées pendant qu'une action se produit, et la psychologie cognitive qui est l'étude des processus mentaux (cf Schmidt, 2010).

Certains scientifiques (Blanchette & Richards, 2010 ; Lahti et al., 2019) pensent que nos émotions (peur, joie, tristesse, etc...) ne peuvent pas être considérées comme séparées de la cognition et qu'elles influencent les décisions. En effet, il existe deux grandes positions théoriques : l'une défend que le comportement des acteurs est prévisible en fonction de leurs programmations mentales et émotionnelles sur lesquelles ils n'ont pas de prise. L'autre position défend que les acteurs ont une capacité d'apprentissage qui fait évoluer leurs modèles cognitifs et leurs émotions. Par exemple, une expérience d'injustice vécue pendant certaines périodes de la vie du décideur peut être à l'origine d'émotions fortes comme la colère, face à une situation complexe au sein même de l'entreprise. Dans toute situation, les acteurs peuvent invoquer des justifications en décalage avec la rationalité (Damasio, 1995).

En termes neurobiologiques, les sentiments et leurs ingrédients nécessaires, la douleur et le plaisir sont à ce jour méconnus. Selon Damasio, les sentiments se trouvent "hors des limites de la science", et ceux-ci lèvent le voile sur les émotions. Comprendre ce que sont les sentiments, comment ils fonctionnent et ce qu'ils signifient est indispensable pour édifier demain une conception de l'entrepreneur plus pertinente que celle d'aujourd'hui.

Préciser les contours du rôle des neurosciences est un nouveau défi pour les chercheurs souhaitant les mobiliser dans leurs disciplines. L'intégration des neurosciences en sciences de gestion permet de nourrir des débats et de soulever plusieurs questions.

Ce colloque cherche à établir des liens entre les neurosciences, la psychologie cognitive et les sciences de gestion. Par exemple, en identifiant le rôle de la référenciation sociale (Klannert et al., 1986) dans le processus entrepreneurial depuis la création de l'entreprise jusqu'à la transmission, l'échec voire le rebond. La neuroscience touche alors les sciences de gestion dans toutes leurs diversités (e.g. systèmes d'information, entrepreneuriat, marketing, RH, finance, management des organisations, stratégie, innovation, etc...).

Nous proposons, de façon non exhaustive, les tracks suivants :

- Neuroscience, leadership et teamwork
- Éléments de la psychologie cognitive (langage, intelligence humaine, perception, attention, mémoire, résolution des problèmes) et prise de décision dans un monde complexe
- Vigilance et détection de nouvelles opportunités entrepreneuriales
- Neurosciences, décision stratégique et processus de décision
- Neurosciences et comportement du consommateur et du vendeur
- Emotions, réussite et échec
- Résilience et neurosciences
- Neurosciences et risques psychosociaux
- Le rôle de la référenciation sociale dans toutes les phases de l'entrepreneuriat
- Finance comportementale et émotions et psychologie de l'investisseur
- Finance de marché et émotions
- Emotions et communication (communication interne, communication avec les parties prenantes, rôle des vendeurs, etc...)

Toutes les contributions à dimension empirique ou théorique, qualitatives ou quantitatives s'inscrivant dans ce thème sont les bienvenues.

BIBLIOGRAPHIE

- Blanchette, I., & Richards, A. (2010). The influence of affect on higher level cognition: A review of research on interpretation, judgment, decision making, and reasoning. *Cognition and Emotion*.
- Cohen, H. (1993). *Neuropsychologie expérimentale et clinique*. Paris: Gaétan Morin éditeur.
- Damasio, A.R. (1995). *L'erreur de Descartes*. Paris: Odile Jacob.
- Damasio, A.R. (2003). *Spinoza avait raison, joie et tristesse, le cerveau des émotions*. Paris: Odile Jacob.
- Davidson, K. R. Scherer, & H. H. Goldsmith (Eds.). (2003). *Handbook of affective sciences*. Oxford University Press.
- Klannert, M. D., Emde, R. N., Butterfield, P., & Campos, J. J. (1986). Social referencing: The infant's use of emotional signals from a friendly adult with mother present. *Developmental Psychology*.
- Lerner, J., Li, Y., Valdesolo, P., & Kassam, K. (2015). Emotion and Decision Making. *The Annual Review of Psychology*, 66.
- Loewenstein, G., & Lerner, J. S. (2003). The role of affect in decision making. In R. J. R. Lazarus (Ed.), *Emotion and adaptation*. Oxford: Oxford University Press.
- Pieters, R. G. M., & Van Raaij, W. F. (1988). Functions and management of affect: Application to economic behavior. *Journal of Economic Psychology*.
- Schmidt, C. (2010). *Neuroéconomie*. Paris: Odile Jacob.



Neurosciences, stratégie et entrepreneuriat.

CALENDRIER

03/01/2024: Date limite de dépôt des propositions de communication sous la forme d'un résumé (rédigé en français ou en anglais) de 1 à 2 pages dans lesquelles seront précisées la problématique, la méthodologie et les résultats attendus.

06/02/2024: Décision d'acceptation ou de refus des propositions de communication.

15/03/2024 : Date limite des inscriptions pour le colloque.

22/03/2024 : Date du colloque, en présentiel dans les locaux d'Ascencia La Défense.

03/06/2024 : Date limite de soumission des articles complets (en anglais ou en français) pour le numéro spécial *d'Entreprendre & Innover*. La participation à ce numéro spécial est réservée exclusivement aux participants du colloque.

PROPOSITIONS DE COMMUNICATION

Les propositions de communication pour le colloque du 22/3/2024 doivent se présenter sous la forme d'un résumé de 1 à 2 pages, accompagné de trois à cinq mots-clés, et en précisant la problématique, la méthodologie et les résultats attendus.

Le dépôt des propositions se fait uniquement via l'onglet correspondant de la plateforme SciencesConf sur le lien suivant : <https://2024-ascencia-paris8.sciencesconf.org/>

EQUIPE ORGANISATRICE

Ascencia Business School

BENHOUMANE Ahmed
CHERUY Clémence
ESTARAGUE Justine
GUÉNOT Frédérique
KASSAR George
RIABKO Natalia
ROUATBI Amina
SALEH Lina
HAMARD Albin
FOUROT Loïc

Université Paris 8

DAPARO Emmanuelle
DJEDIDI Amina
HANI Mouhoub
LEVY TADJINE Thierry

PLAN D'ACCÈS



Ascencia Business School, Collège de Paris / ISF Campus

Cnit - bloc bureaux no. 3 - 3ème étage
2 place de La Défense, 92092 Puteaux

Une fois arrivée au Cnit, prendre le passage au niveau du Grand Chiffre 3 en rouge (à côté de la Fnac, le Collège de Paris est indiqué) - 3ème étage

RER A : La Défense

Métro 1 : La Défense

Tram : T2 La Défense

Bus : 73, 141, 144, 159, 161, 174, 178, 258, 262, 272, 275, 278, 360, 378 : La Défense

Ligne U – L : La défense



Neurosciences, stratégie et entrepreneuriat.

APPEL A CONTRIBUTION - NUMÉRO SPÉCIAL D'ENTREPRENDRE & INNOVER

Entreprendre & Innover

Date limite de soumission : 03/06/2024

La neuroscience étudie les mécanismes cérébraux des comportements et de l'activité mentale. La Neuropsychologie Cognitive lie neurosciences et psychologie pour comprendre les processus mentaux. Émotions et cognition sont liées, influençant les décisions. Les sentiments restent méconnus sur le plan neurobiologique. C'est dans ce cadre que s'inscrit cet appel à contribution qui à explorer les liens entre neurosciences, psychologie cognitive et sciences de gestion, abordant notamment le rôle de la référencement sociale dans l'entrepreneuriat et touchant divers domaines des sciences de gestion.

Soumission des textes

A l'issue de cette journée, les auteurs qui le souhaitent, pourront soumettre à la revue **Entreprendre & Innover**. Les propositions d'articles complets sont exclusivement réservées aux participants du colloque et sont à envoyer au plus tard le 03/06/2023 directement à une adresse électronique dédiée qui sera communiquée ultérieurement.

- En respectant les normes de la revue (<https://entreprenreetinnover.com/>)
- En mentionnant dans l'objet « Neurosciences 2024 ».

Les textes retenus seront publiés dans un numéro régulier/dossier thématique de la revue.

Tous les articles seront soumis à un processus d'évaluation conformément à la politique standard de la revue.

Equipe Éditoriale du Numéro Spécial

LEVY Thierry (MCF-HDR, Université de Paris 8)
HANI Mouhoub (PR, Université de Paris 8)
SALEH Lina (PR, Ascencia Business School)
DAPARO Emmanuelle (PR, Academie de Créteil)