



Newsletter #35 Janvier 2016

***Toute l'équipe du Business Science Institute vous
souhaite une très belle année 2016 !
Qu'elle soit source de création de connaissance !***



If you prefer receiving the English newsletter instead, [please register here](#),
before [unsubscribing from this list](#)

ACTUALITES DU BUSINESS SCIENCE INSTITUTE

AGENDA



DAKAR

Promotion n° 3 (2016-2018)

Séminaire 1 : Conduite de la thèse - **14–17 janvier 2016**



M. Thévenet, [Leadership T. 3. Le leadership pour le leader](#), décembre 2015, 164 p.

Après un premier tome, « Le Leadership pour l'entreprise », qui nous montrait un leader inscrit dans un contexte, un deuxième tome, « Le Leadership pour l'apprenti » proposait les jalons d'un apprentissage pour le futur leader. Le troisième et dernier tome de cette série « Leadership » s'adresse à la personne du leader car le leadership demeure une expérience personnelle. L'ouvrage s'adresse au leader, met en évidence la nécessité de son engagement de cette mission, et il lui

propose un cheminement personnel pour assumer d'autant mieux sa mission qu'il l'aborde avec réalisme et en cohérence avec le reste de son existence. L'ouvrage suit les quatre étapes familières au lecteur des deux premiers tomes :

SAVOIR – C'est le fond de tout parcours d'apprentissage du leadership, portant une attention particulière aux comportements, au changement, à la contingence.

PENSER – Quelques articles pour approfondir les notions-clés de l'ouvrage. Ils

constituent des bases de discussion et d'échanges entre apprentis.

EXPERIMENTER – Plusieurs propositions pédagogiques sont ici présentées qui aident à construire un programme en faveur de l'apprenti.

STIMULER – Quelques conseils ou « takeaways » en point d'orgue.

Dans le tome 3, Le Leadership pour le leader, sera traitée la dimension personnelle de la mission du leadership.

M. Thévenet, « Innovation managériale », in : M. Marabel, O. Meier (ed.), *Managéor. Tout le management à l'ère digitale*, 3^e édition, Dunod, 2015



M. Thévenet, « [Les organisations apprennent-elles ?](#) », *RH Info*, 16 décembre 2015



J.F. Casta, H. Bahaji, « Employee stock option-implied risk attitude under Rank-Dependent Expected Utility », *Economic Modelling* 52, 2016, pp. 144-154.

Probability weighting is one of the cornerstones of decision-making theories accommodating gambling preferences. This paper examines its relevance to explaining employee stock option exercise behavior.

We characterized the optimal exercise policy for a representative employee with Rank-Dependent

Expected Utility (RDEU) preferences. We find that the

RDEU framework leads to improved predictions of empirical exercise patterns. The implications from our findings are twofold: (1) probability weighting implies an increase in stock option cost to shareholders; (2) employee exercise behavior-implied sentiment is affected by the firm's stock market risk and performance.

R. Bocquet, C. Le Bas, **C. Mothe**, **N. Poussing** « CSR, innovation, and firm performance in sluggish growth contexts: A firm-level empirical analysis », *Journal of Business Ethics*, November 2015, pp. 1-14.

The few studies that analyze the impact of a combined strategy of innovation and corporate social responsibility (CSR) on firm performance mostly focus on financial performance. In contrast, the current study considers the simultaneous impact of technological innovations (product and process) and

CSR on firm growth, which provides a measure of medium-term economic performance. With a sample of 213 firms and a two-step procedure, this study reveals the differentiated effects of strategic versus responsive CSR behavior on the two technological innovation types, as well as the effects of the two



innovation types on growth. The findings thus indicate that firms with strategic CSR achieve growth through both their product and their process innovations.



T. Pénard, [N. Poussing](#), B. Mukoko, G. Tamokwé
« Internet Adoption and usage patterns in Africa:
Evidence form Cameroon », *Technology in Society*,
Vol. 42, 2015, pp. 71-80.

The objective of this paper is to understand what factors stimulate or hinder the adoption and usage of the Internet in Africa. We adopt a micro-econometric approach and use household survey data from Cameroon. Our results show that young and educated individuals are more likely to use the Internet in

Cameroon. The probability of using the Internet is also higher for male, as well as for English-speaking and computer savvy individuals. Moreover, Internet users are more likely to have family abroad. We also find that Internet usage patterns differ across gender, age and education. For instance, older generations are less likely to use the Internet as a leisure activity (video, game, music). College educated people are also more likely to go online to search information than to have entertainment usage. These results provide evidence of digital divide in the Internet access, but also in the usage patterns on the African continent in particular in African countries that are at the early stages of Internet diffusion.

AVIS D'EXPERT

[P.J. Benghozi](#), Membre du Collège de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes « [Innovation et plateforme à l'âge du numérique : faut-il qu'une porte soit ouverte ou fermée ?](#) »



[Academy of Management Journal](#), December 2015, Vol. 58, No. 6
[Academy of Management Learning Education](#) December 2015, Vol. 14, No. 4
[Academy of Management Perspectives](#), November 2015, Vol. 29, No. 4
[Academy of Management Review](#) January 2016, Vol. 41, No. 1



« Les approches paradoxales en management : formes usages, dynamiques » Journée de recherche en management à l'IAE Poitiers – 24 Novembre 2015 -
Dialogique et Management Stratégique : Une inséparabilité épistémique et

[Management International](#) Vol. 19, automne 2015

– Numéro spécial

[Management International](#) Vol. 20 Numéro 1 -

automne 2015 –



Transformez votre Experience en Savoir pour mieux la partager
Turn your Experience into Knowledge, and Share it

www.business-science-institute.com - info@business-science-institute.com

transmettez vos informations pour la newsletter à

Share your information for the newsletter with

aline@business-science-institute.com

[Se désinscrire](#) [Mettre à jour ses préférences](#)

Copyright © 2016 BSI Luxembourg ASBL, All rights reserved.

Vous recevez cet e-mail car vous êtes inscrit à notre lettre d'information mensuelle.