

Influential Article Review - A Modern Design for an Innovation-driven Entrepreneur

Pam Morgan

Danielle Ray

This paper examines entrepreneurship. We present insights from a highly influential paper. Here are the highlights from this paper: The academic firm is a type of firm (firm-based organization or institution) that is being driven by focusing on encouraging, supporting, and advancing knowledge production (research, research and experimental development, R&D) and knowledge application (innovation). The academic firm interprets and qualifies a disciplinary (interdisciplinary) variety of the background of its employees (and their competences) as a potential opportunity and asset to perform creatively in knowledge production and knowledge application. The academic firm has an interest to engage in networks with universities (higher education institutions) or other academic research institutions, driven out of a desire to access university knowledge (for example, basic university research). In general, the academic firm values engagement in diversified networks as a form for creating knowledge as well as benefiting from opportunities. The academic firm accepts in principle, in certain situations even promotes, split employment or “cross-employment” (multi-employment) of its employees with other (academic) organizations or institutions, for example universities or other higher education institutions. The proposition here is that the academic firm represents a new design (and redesign) for entrepreneurship in an innovation-driven knowledge economy. For our overseas readers, we then present the insights from this paper in Spanish, French, Portuguese, and German.

Keywords: Academic firm, Commercial firm, Creativity, Cross-employment, Cross retirement, Design, Entrepreneurship, Innovation, Knowledge application, Knowledge economy, Knowledge production, Linear innovation, Networks, Non-linear innovation, Redesign, Research (R&D)

SUMMARY

- The academic firm is a type of firm that is being driven by focusing on encouraging, supporting, and advancing knowledge production and knowledge application. The academic firm is also interested in generating profits, but this should be a «sustainable profit» in comprehensive terms and well in balance with the good principles of a good knowledge production and knowledge application. The academic firm operates in a whole knowledge-based ecosystem.
- The academic firm is and behaves knowledge-based, knowledge-oriented, knowledge-driven, knowledge-producing, and knowledge-creating. The academic firm displays an inclination for applying and following the logic of non-linear innovation, by demonstrating flexibility. The academic firm regards basic research in the context of application as an opportunity.

- In general, the academic firm values engagement in diversified networks as a form for creating knowledge as well as benefiting from opportunities.
- The academic firm allows and encourages academic research work.
- The academic firm supports continuing education, further education, and life-long learning of its employees and has in principle a positive attitude in favor of a flexibility concerning the load of working hours and their flexible adaptation for their employees and their needs but also for partial absence or partial leave of its employees. Cross-benefitting cross-connections between careers and career schemes with continuing education are being explored by the academic firm.
- The academic firm accepts in principle, in certain situations even promotes, split employment or «cross-employment» of its employees with other organizations or institutions, for example, universities or other higher education institutions.
- The empirical appropriateness or the proof of fitness for the ideas of the academic firm perhaps still needs to be demonstrated or verified. Academic firms are or would be exposed to an economic environment, where success often means to cope with and to profit from mechanisms and forces of severe competition in a continuously globalizing world. But the concept of «co-opetition» suggests also that success in competition means to develop networks with overlapping patterns of cooperation and competition. Between the two extreme poles of the academic firm and the commercial firm, many and several in-between forms of organization or hybrid combinations are possible. The academic firm represents a challenging proposition for current business.

HIGHLY INFLUENTIAL ARTICLE

We used the following article as a basis of our evaluation:

Campbell, D. F. J., & Carayannis, E. G. (2016). The academic firm: A new design and redesign proposition for entrepreneurship in innovation-driven knowledge economy. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5(1), 1–10.

This is the link to the publisher's website:

<https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-016-0040-1>

INTRODUCTION

The “academic firm” represents a type of firm (firm-based organization) that focuses on encouraging, supporting, and advancing knowledge production (research, research and experimental development, R&D) and knowledge application (innovation). The academic firm is also inclined to generate profit (revenues) but follows here more the logic of a “sustainability” in balance with knowledge production and the principles of knowledge production. The contrary concept to the academic firm would be the “commercial firm,” which is primarily being motivated and driven out of an interest of maximizing profit (revenues). Between these two conceptual poles of understanding, there are various possibilities of a gradual or also unconventional (radical) combination of principles for the empirical organization of a concrete firm, its organizational manifestation. The shortcut for a definition therefore is: “The Commercial Firm concentrates on maximizing or optimizing profit, whereas the Academic Firm focuses on maximizing or optimizing knowledge and innovation” (Carayannis and Campbell 2012, p. 27).

CONCLUSION

In search for an ideal-typical portraying of the academic firm and the concept of the academic firm, the following characteristics and principles can be listed and again summarized (designed and redesigned):

1. The academic firm is a type of firm (firm-based organization or institution) that is being driven by focusing on encouraging, supporting, and advancing knowledge production (research,

- research and experimental development, R&D) and knowledge application (innovation). The academic firm is also interested in generating profits (revenues), but this should be a “sustainable profit” in comprehensive terms and well in balance with the good principles of a good knowledge production and knowledge application (innovation). The academic firm operates in a whole knowledge-based ecosystem.
2. The academic firm is and behaves knowledge-based, knowledge-oriented, knowledge-driven, knowledge-producing, and knowledge-creating. The academic firm displays (often) an inclination for applying and following the logic of non-linear innovation, by demonstrating flexibility. The academic firm regards basic research in the context of application as an opportunity.
 3. The academic firm incorporates academic values to motivate its employees and to create bonds of trust and of a good relationship between the organization and the individual employees. The academic firm interprets and qualifies a disciplinary (interdisciplinary) variety of the background of its employees (and their competences) as a potential opportunity and asset to perform creatively in knowledge production and knowledge application.
 4. The academic firm has an interest to engage in networks with universities (higher education institutions) or other academic research institutions, driven out of a desire to access university knowledge (for example, basic university research). In general, the academic firm values engagement in diversified networks as a form for creating knowledge as well as benefitting from opportunities.
 5. The academic firm allows and encourages academic research work (academic publications can act as incentives for employees to codify their tacit knowledge).
 6. The academic firm supports continuing education, further education, and life-long learning of its employees and has in principle a positive attitude in favor of a flexibility concerning the load of working hours and their flexible adaptation for their employees and their needs (full time, part time, perhaps shifting back-and-forth) but also for partial absence or partial leave of its employees. Cross-benefitting cross-connections between careers and career schemes with continuing education are being explored by the academic firm.
 7. The academic firm accepts in principle, in certain situations even promotes, split employment or “cross-employment” (multi-employment) of its employees with other (academic) organizations or institutions, for example, universities or other higher education institutions.
 8. The academic firm is interested in creating internally “creative knowledge environments” (Hemlin et al. 2004) within the internal boundaries of its organization. The academic firm emphasizes the need of and for creativity for knowledge (knowledge production, research) and innovation.

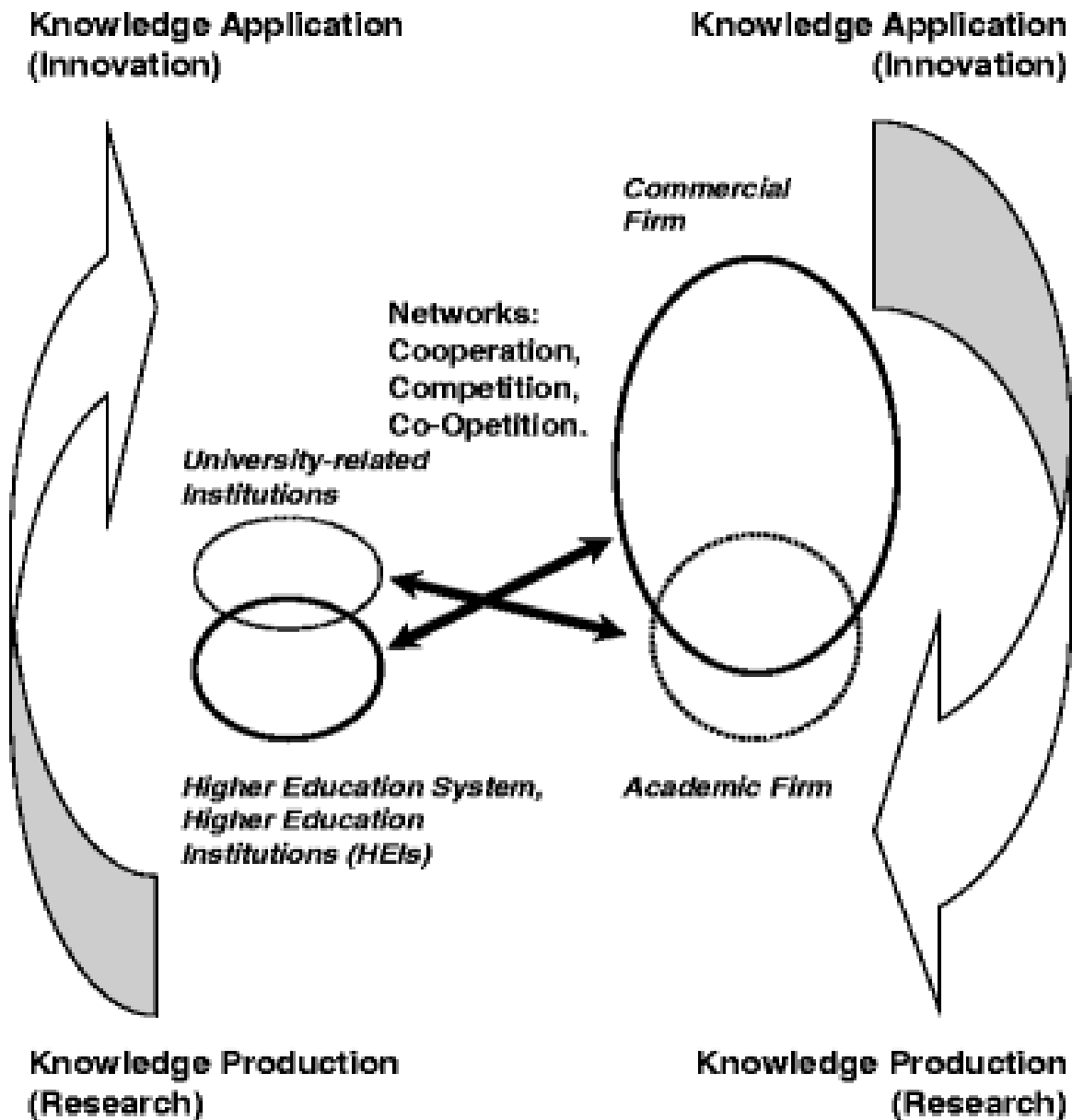
The academic firm has the potential of transforming and changing the way how knowledge-based and knowledge-oriented economic work is being organized and performed.

However, does the academic firm represent primarily an ideal-typical concept, or does the academic firm exist (do academic firms exist) also in real terms? The commercial firm appears to define the dominant and established norm in the world of contemporary business. The empirical appropriateness or the proof of fitness for the ideas of the academic firm perhaps still needs to be demonstrated or verified. Academic firms are or would be exposed to an economic environment, where success often means to cope with and to profit from mechanisms and forces of severe competition in a continuously globalizing world. But the concept of “co-opetition” (Brandenburger and Nalebuff 1997) suggests also that success in competition means to develop networks with overlapping patterns of cooperation and competition. Between the two (conceptually) extreme poles of the academic firm and the commercial firm, many and several in-between forms of organization or hybrid combinations are possible. The academic firm represents a challenging proposition for current business. The academic firm, however, indicates also routes and paths, for how next-stage changes and future changes and future successes in the world of business and the knowledge economy (in the knowledge economy) can be approached and achieved. The academic firm is interested in bringing together innovation and entrepreneurship for development, more so for sustainable development.

The proposition here is that the academic firm represents a new design (and redesign) for entrepreneurship in an innovation-driven knowledge economy.

APPENDIX

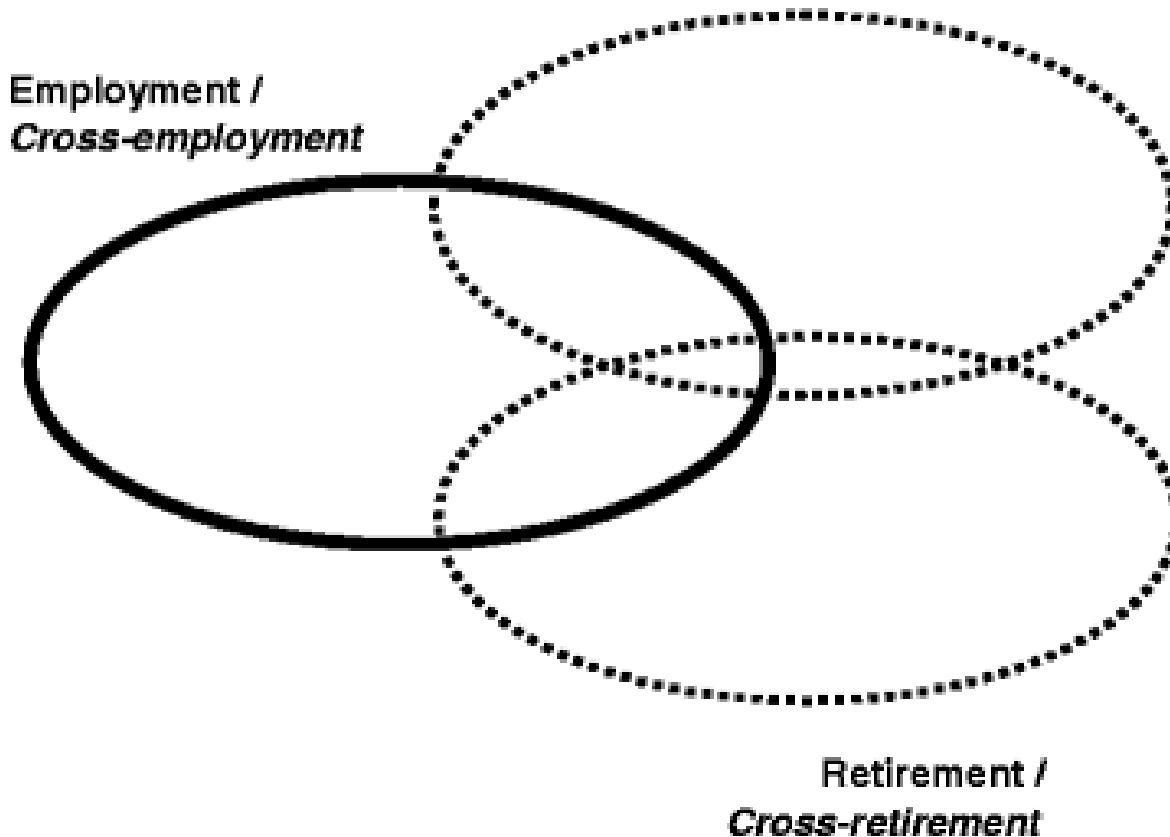
FIGURE 1
KNOWLEDGE PRODUCTION AND LINEAR AND NON-LINEAR INNOVATION
INTERACTION BETWEEN ACADEMIC FIRMS, COMMERCIAL FIRMS, AND
UNIVERSITIES (HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS)



Source: Authors' own conceptualization based on Carayannis and Campbell (2009, p. 211; 2012, p. 25) and on Campbell and Carayannis (2013, p. 29)

FIGURE 2
THE HYBRID OVERLAPPING OF EMPLOYMENT AND CROSS-EMPLOYMENT WITH
ACTIVITIES AND RETIREMENT

**(Non-Employment Based) Activities /
Cross-activities**



Source: Authors' own conceptualization based on Campbell (2013)

REFERENCES

- Blasche, GWE, & Campbell, DFJ (2013). Cross-retirement (cross-employed cross-retired) and innovation, 508-513. In Elias G. Carayannis (Editor-in-Chief). IN Dubina, N Seel, DFJ Campbell, D Uzunidis (Eds.), Encyclopedia of creativity, invention, innovation and entrepreneurship. New York: Springer. (http://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-1-4614-3858-8_255 and <http://www.springerreference.com/docs/html/chapterdbid/378720.html>).
- Brandenburger, AM, & Nalebuff, BJ (1997). Co-opetition. New York: Doubleday.
- Bush, V (1945). Science: the endless frontier. Washington: United States Government Printing Office (<http://www.nsf.gov/od/lpa/nsf50/vbush1945.htm#transmittal>).
- Campbell, DFJ (2011). Wissenschaftliche "Parallelkarrieren" als Chance. Wenn Wissenschaft immer öfter zur Halbtagsbeschäftigung wird, könnte eine Lösung im "Cross-Employment" liegen. Guest Commentary for DIE PRESSE (February 2, 2011) (http://diepresse.com/home/bildung/meinung/635781/Wissenschaftliche-Parallelkarrieren-als-Chance?direct=635777&_vl_backlink=/home/bildung/index.do&selChannel=500).
- Campbell, DFJ (2013). Cross-employment, 503-508. In EG Carayannis (Editor-in-Chief), IN Dubina, N Seel, DFJ Campbell, D Uzunidis (Eds.), Encyclopedia of creativity, invention, innovation and entrepreneurship. New York: Springer.

- (http://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-1-4614-3858-8_254 and <http://www.springerreference.com/docs/html/chapterdbid/378719.html>).
- Campbell, DFJ, & Carayannis, EG (2013). Epistemic governance in higher education. Quality enhancement of universities for development. SpringerBriefs in Business. New York: Springer. <http://www.springer.com/business+%26+management/organization/book/978-1-4614-4417-6>.
- Campbell, DFJ, & Güttel, WH (2005). Knowledge production of firms: research networks and the “scientification” of business R&D. *International Journal of Technology Management*, 31(1/2), 152–175.
- Campbell, DFJ, Carayannis, EG, & Güttel, WH(2013). Academic firm, 17-23. In EG Carayannis (Editor-in-Chief), IN Dubina, N Seel, DFJ Campbell, D Uzunidis (Eds.), *Encyclopedia of creativity, invention, innovation and entrepreneurship*. New York: Springer. (http://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-1-4614-3858-8_252 and <http://www.springerreference.com/docs/html/chapterdbid/378717.html>).
- Campbell, DFJ., & Carayannis, EG (2012). Lineare und nicht-lineare Knowledge Production: innovative Herausforderungen für das Hochschulsystem. *Zeitschrift für Hochschulentwicklung*, 7(2), 64–72 (<http://www.zfhe.at/index.php/zfhe/article/view/448>).
- Carayannis, EG, & Campbell, DFJ (2006). “Mode 3”: Meaning and implications from a knowledge systems perspective. In EG Carayannis & DFJ Campbell (Eds.), *Knowledge creation, diffusion and use in innovation networks and knowledge clusters* (pp. 1–25). Westport: Praeger.
- Carayannis, EG, & Campbell, DFJ (2009). “Mode 3” and “quadruple helix”: toward a 21st century fractal innovation ecosystem. *International Journal of Technology Management*, 46(3/4), 201–234. <http://www.inderscience.com/browse/index.php?journalID=27&year=2009&vol=46&issue=3/4> and http://www.inderscience.com/search/index.php?action=record&rec_id=23374&prevQuery=&ps=10&m=or.
- Carayannis, EG, & Campbell, DFJ (2012). Mode 3 knowledge production in quadruple helix innovation systems. 21st-century democracy, innovation, and entrepreneurship for development. SpringerBriefs in Business. New York: Springer. <http://www.springer.com/business+%26+management/book/978-1-4614-2061-3>.
- Gibbons, M, Limoges, C, Nowotny, H, Schwartzman, S, Scott, P, & Trow, M (1994). *The new production of knowledge. The dynamics of science and research in contemporary societies*. London: Sage.
- Hemlin, S, Allwood, CM, & Martin, BR (2004). *Creative knowledge environments. The influences on creativity in research and innovation*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Nowotny, H, Scott, P, & Gibbons, M (2001). *Re-thinking science. Knowledge and the public in an age of uncertainty*. Cambridge: Polity Press.
- Nowotny, H, Scott, P, & Gibbons, M (2003). Mode 2 revisited: the new production of knowledge. *Minerva*, 41, 179–194.
- Nowotny, H, Scott, P, & Gibbons, M (2006). Re-thinking science: mode 2 in societal context. In EG Carayannis & DFJ Campbell (Eds.), *Knowledge creation, diffusion, and use in innovation networks and knowledge clusters. A comparative systems approach across the United States, Europe and Asia* (pp. 39–51). Westport: Praeger.

TRANSLATED VERSION: SPANISH

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSION TRADUCIDA: ESPAÑOL

A continuación se muestra una traducción aproximada de las ideas presentadas anteriormente. Esto se hizo para dar una comprensión general de las ideas presentadas en el documento. Por favor, disculpe cualquier error gramatical y no responsabilite a los autores originales de estos errores.

INTRODUCCIÓN

La "firma académica" representa un tipo de empresa (organización basada en empresas) que se centra en fomentar, apoyar y promover la producción de conocimiento (investigación, investigación y desarrollo experimental, I+D) y la aplicación del conocimiento (innovación). La firma académica también se inclina a generar beneficios (ingresos), pero sigue aquí más la lógica de una "sostenibilidad" en equilibrio con la producción de conocimiento y los principios de la producción de conocimiento. El concepto contrario a la firma académica sería la "empresa comercial", que está motivada y expulsada principalmente de un interés de maximizar los beneficios (ingresos). Entre estos dos polos conceptuales de entendimiento, hay varias posibilidades de una combinación gradual o también no convencional (radical) de principios para la organización empírica de una empresa concreta, su manifestación organizativa. El atajo para una definición por lo tanto es: "La Firma Comercial se concentra en maximizar u optimizar los beneficios, mientras que la Firma Académica se centra en maximizar u optimizar el conocimiento y la innovación" (Carayannis y Campbell 2012, p. 27).

CONCLUSIÓN

En busca de un retrato ideal típico de la firma académica y el concepto de la firma académica, se pueden enumerar y resumir de nuevo las siguientes características y principios (diseñados y rediseñados):

1. La firma académica es un tipo de empresa (organización o institución basada en empresas) que se está centrando en fomentar, apoyar y promover la producción de conocimiento (investigación, investigación y desarrollo experimental, I+D) y la aplicación del conocimiento (innovación). La firma académica también está interesada en generar beneficios (ingresos), pero esto debe ser un "beneficio sostenible" en términos integrales y bien en equilibrio con los buenos principios de una buena producción de conocimiento y aplicación del conocimiento (innovación). La firma académica opera en todo un ecosistema basado en el conocimiento.
2. La firma académica está y se comporta basada en el conocimiento, orientada al conocimiento, basada en el conocimiento, que produce conocimientos y crea conocimientos. La firma académica muestra (a menudo) una inclinación por aplicar y seguir la lógica de la innovación no lineal, lo que demuestra flexibilidad. La firma académica considera la investigación básica en el contexto de la aplicación como una oportunidad.
3. La firma académica incorpora valores académicos para motivar a sus empleados y crear lazos de confianza y de buena relación entre la organización y los empleados individuales. La firma académica interpreta y califica una variedad disciplinaria (interdisciplinaria) de los antecedentes de sus empleados (y sus competencias) como una oportunidad potencial y un activo para rendir creativamente en la producción de conocimiento y la aplicación del conocimiento.
4. La firma académica tiene interés en participar en redes con universidades (instituciones de educación superior) u otras instituciones de investigación académica, expulsadas por el deseo de acceder a los conocimientos universitarios (por ejemplo, la investigación universitaria básica). En general, la firma académica valora la participación en redes diversificadas como una forma para crear conocimiento y beneficiarse de las oportunidades.
5. La firma académica permite y fomenta el trabajo de investigación académica (las publicaciones académicas pueden actuar como incentivos para que los empleados coconfiencen sus conocimientos tácitos).
6. La empresa académica apoya la educación continua, la educación superior y el aprendizaje permanente de sus empleados y, en principio, tiene una actitud positiva a favor de una

flexibilidad en cuanto a la carga de las horas de trabajo y su adaptación flexible para sus empleados y sus necesidades (tiempo completo, tiempo parcial, tal vez un cambio de ida y vuelta), pero también para la ausencia parcial o la licencia parcial de sus empleados. La firma académica está explorando las conexiones cruzadas entre las carreras y los planes de carrera con la educación continua.

7. La empresa académica acepta, en principio, en determinadas situaciones incluso promueve, el empleo fraccionante o el "interempleo" (multiempleo) de sus empleados con otras organizaciones o instituciones (académicas), por ejemplo, universidades u otras instituciones de educación superior.
8. La firma académica está interesada en crear internamente "entornos de conocimiento creativo" (Hemlin et al. 2004) dentro de los límites internos de su organización. La firma académica hace hincapié en la necesidad y la creatividad para el conocimiento (producción de conocimiento, investigación) y la innovación.

La firma académica tiene el potencial de transformar y cambiar la forma en que se organiza y realiza el trabajo económico basado en el conocimiento y orientado al conocimiento.

Sin embargo, ¿representa la firma académica principalmente un concepto ideal típico, o existe la firma académica (existen las empresas académicas) también en términos reales? La firma comercial parece definir la norma dominante y establecida en el mundo de los negocios contemporáneos. La idoneidad empírica o la prueba de idoneidad para las ideas de la empresa académica tal vez todavía sea necesario demostrar o verificar. Las empresas académicas están o estarían expuestas a un entorno económico, donde el éxito a menudo significa hacer frente y beneficiarse de mecanismos y fuerzas de competencia severa en un mundo en constante globalización. Pero el concepto de "co-otición" (Brandenburger y Nalebuff 1997) sugiere también que el éxito en la competencia significa desarrollar redes con patrones de cooperación y competencia superpuestos. Entre los dos polos extremos (conceptualmente) de la firma académica y la firma comercial, muchas y varias formas de organización o combinaciones híbridas son posibles. La firma académica representa una propuesta desafiante para los negocios actuales. La empresa académica, sin embargo, indica también rutas y caminos, para saber cómo se pueden abordar y lograr los cambios en la siguiente etapa y los cambios futuros y los éxitos futuros en el mundo de las empresas y la economía del conocimiento (en la economía del conocimiento). La firma académica está interesada en reunir innovación y emprendimiento para el desarrollo, más aún para el desarrollo sostenible.

La propuesta aquí es que la firma académica representa un nuevo diseño (y rediseño) para el emprendimiento en la economía del conocimiento impulsada por la innovación.

TRANSLATED VERSION: FRENCH

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSION TRADUITE: FRANÇAIS

Voici une traduction approximative des idées présentées ci-dessus. Cela a été fait pour donner une compréhension générale des idées présentées dans le document. Veuillez excuser toutes les erreurs grammaticales et ne pas tenir les auteurs originaux responsables de ces erreurs.

INTRODUCTION

L' « entreprise universitaire » représente un type d'entreprise (organisation fondée sur l'entreprise) qui met l'accent sur l'encouragement, le soutien et l'avancement de la production de connaissances (recherche, recherche et développement expérimental, R-D) et de l'application des connaissances (innovation). L'entreprise universitaire est également encline à générer des bénéfices (revenus) mais suit ici davantage la logique d'une « durabilité » en équilibre avec la production de connaissances et les principes de production du savoir. Le concept contraire à l'entreprise universitaire serait l'« entreprise commerciale », qui est principalement motivée et chassée de l'intérêt de maximiser le profit (revenus). Entre ces deux pôles conceptuels de compréhension, il existe diverses possibilités d'une combinaison progressive ou non conventionnelle (radicale) de principes pour l'organisation empirique d'une entreprise concrète, sa manifestation organisationnelle. Le raccourci pour une définition est donc : « l'entreprise commerciale se concentre sur la maximisation ou l'optimisation du profit, alors que le cabinet universitaire se concentre sur la maximisation ou l'optimisation des connaissances et de l'innovation » (Carayannis et Campbell, 2012, p. 27).

CONCLUSION

À la recherche d'une représentation idéal-typique de l'entreprise universitaire et du concept du cabinet universitaire, les caractéristiques et principes suivants peuvent être énumérés et résumés à nouveau (conçus et redessinés) :

1. Le cabinet universitaire est un type d'entreprise (organisation ou institution fondée sur l'entreprise) qui est axé sur l'encouragement, le soutien et l'avancement de la production de connaissances (recherche, recherche et développement expérimental, R-D) et de l'application des connaissances (innovation). Le cabinet universitaire est également intéressé à générer des bénéfices (revenus), mais cela devrait être un « profit durable » en termes complets et bien en équilibre avec les bons principes d'une bonne production de connaissances et d'application des connaissances (innovation). Le cabinet universitaire opère dans tout un écosystème basé sur le savoir.
2. L'entreprise universitaire est et se comporte fondée sur le savoir, axée sur le savoir, axée sur le savoir, la production de connaissances et la création de connaissances. L'entreprise académique affiche (souvent) une inclination à appliquer et à suivre la logique de l'innovation non linéaire, par cette démonstration de flexibilité. Le cabinet universitaire considère la recherche fondamentale dans le contexte de l'application comme une opportunité.
3. L'entreprise universitaire intègre des valeurs académiques pour motiver ses employés et créer des liens de confiance et de bonnes relations entre l'organisation et les employés individuels. Le cabinet universitaire interprète et qualifie une variété disciplinaire (interdisciplinaire) des antécédents de ses employés (et de leurs compétences) comme une occasion et un atout potentiel de faire preuve de créativité dans la production de connaissances et l'application des connaissances.
4. Le cabinet universitaire a intérêt à s'engager dans des réseaux avec des universités (établissements d'enseignement supérieur) ou d'autres établissements de recherche universitaire, poussés par le désir d'accéder aux connaissances universitaires (par exemple, la recherche universitaire fondamentale). En général, l'entreprise universitaire valorise l'engagement dans des réseaux diversifiés comme une forme de création de connaissances et de profit d'opportunités.
5. L'entreprise universitaire autorise et encourage le travail de recherche universitaire (les publications universitaires peuvent inciter les employés à codifier leurs connaissances tacites).
6. L'entreprise universitaire soutient la formation continue, la formation continue et l'apprentissage tout au long de la vie de ses employés et a en principe une attitude positive en faveur d'une flexibilité concernant la charge du temps de travail et leur adaptation flexible pour leurs employés et leurs besoins (temps plein, temps partiel, peut-être en déplacement aller-retour) mais aussi pour l'absence partielle ou le congé partiel de ses employés. Le cabinet

- universitaire explore des liens croisés entre les carrières et les programmes de carrière et la formation continue.
7. L'entreprise universitaire accepte en principe, dans certaines situations, même la promotion, la division de l'emploi ou le « multi-emploi » (multi-emplois) de ses employés avec d'autres organisations ou institutions (académiques), par exemple, des universités ou d'autres établissements d'enseignement supérieur.
 8. Le cabinet universitaire s'intéresse à la création d'« environnements de connaissances créatives » internes (Hemlin et coll., 2004) dans les limites internes de son organisation. Le cabinet universitaire met l'accent sur la nécessité et la créativité pour le savoir (production de connaissances, recherche) et l'innovation.

Le cabinet universitaire a le potentiel de transformer et de changer la façon dont le travail économique axé sur le savoir et le savoir est organisé et exécuté.

Toutefois, le cabinet universitaire représente-t-il avant tout un concept idéal-typique, ou existe-t-il aussi en termes réels l'entreprise universitaire (existe-t-il des cabinets universitaires) ? L'entreprise commerciale semble définir la norme dominante et établie dans le monde des affaires contemporaines. La pertinence empirique ou la preuve d'aptitude aux idées de l'entreprise universitaire doit peut-être encore être démontrée ou vérifiée. Les entreprises universitaires sont ou seraient exposées à un environnement économique, où le succès signifie souvent faire face aux mécanismes et aux forces d'une concurrence féroce dans un monde en constante mondialisation et en tirer profit. Mais le concept de « co-opétition » (Brandenburger et Nalebuff, 1997) suggère également que le succès en compétition signifie développer des réseaux avec des modèles de coopération et de concurrence qui se chevauchent. Entre les deux pôles (conceptuellement) extrêmes de l'entreprise universitaire et de l'entreprise commerciale, de nombreuses formes d'organisation ou de combinaisons hybrides sont possibles. Le cabinet universitaire représente une proposition difficile pour les entreprises actuelles. Toutefois, le cabinet universitaire indique également les voies et les voies, pour la façon dont les changements à l'étape suivante et les changements futurs et les succès futurs dans le monde des affaires et de l'économie du savoir (dans l'économie du savoir) peuvent être abordés et atteints. Le cabinet universitaire s'intéresse à l'innovation et à l'entrepreneuriat pour le développement, plus encore pour le développement durable.

La proposition ici est que l'entreprise universitaire représente un nouveau design (et une refonte) pour l'esprit d'entreprise dans l'économie du savoir axée sur l'innovation.

TRANSLATED VERSION: GERMAN

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

ÜBERSETZTE VERSION: DEUTSCH

Hier ist eine ungefähre Übersetzung der oben vorgestellten Ideen. Dies wurde getan, um ein allgemeines Verständnis der in dem Dokument vorgestellten Ideen zu vermitteln. Bitte entschuldigen Sie alle grammatikalischen Fehler und machen Sie die ursprünglichen Autoren nicht für diese Fehler verantwortlich.

EINLEITUNG

Das "akademische Unternehmen" repräsentiert eine Art von Unternehmen (firmenbasierte Organisation), die sich auf die Förderung, Unterstützung und Förderung der Wissensproduktion (Forschung, Forschung und experimentelle Entwicklung, F&E) und Wissensanwendung (Innovation)

konzentriert. Das akademische Unternehmen ist auch geneigt, Gewinne (Umsatz) zu generieren, folgt hier aber eher der Logik einer "Nachhaltigkeit" im Gleichgewicht mit der Wissensproduktion und den Prinzipien der Wissensproduktion. Das gegenteilige Konzept des akademischen Unternehmens wäre das "kommerzielle Unternehmen", das in erster Linie aus dem Interesse der Gewinnmaximierung (Umsatz) motiviert und getrieben wird. Zwischen diesen beiden konzeptionellen Verständigungspolen gibt es verschiedene Möglichkeiten einer allmählichen oder auch unkonventionellen (radikalen) Kombination von Prinzipien für die empirische Organisation eines konkreten Unternehmens, dessen organisatorische Manifestation. Die Abkürzung für eine Definition lautet daher: "Die Commercial Firm konzentriert sich auf die Maximierung oder Optimierung des Profits, während sich die Akademische Firma auf die Maximierung oder Optimierung von Wissen und Innovation konzentriert" (Carayannis und Campbell 2012, S. 27).

SCHLUSSFOLGERUNG

Auf der Suche nach einer idealtypischen Darstellung des akademischen Unternehmens und des Konzepts des akademischen Unternehmens können folgende Merkmale und Prinzipien aufgelistet und neu zusammengestellt (entworfen und neu gestaltet) werden:

1. Das akademische Unternehmen ist eine Art von Unternehmen (firmenbasierte Organisation oder Institution), die sich auf die Förderung, Unterstützung und Förderung der Wissensproduktion (Forschung, Forschung und experimentelle Entwicklung, Forschung und Entwicklung) und Wissensanwendung (Innovation) konzentriert. Das akademische Unternehmen ist auch daran interessiert, Gewinne (Umsatz) zu generieren, aber dies sollte ein "nachhaltiger Gewinn" in umfassender Hinsicht und gut im Gleichgewicht mit den guten Prinzipien einer guten Wissensproduktion und Wissensanwendung (Innovation) sein. Das akademische Unternehmen arbeitet in einem ganzen wissensbasierten Ökosystem.
2. Das akademische Unternehmen ist und verhält sich wissensbasiert, wissensorientiert, wissensorientiert, wissensproduzierend und wissensschaffend. Das akademische Unternehmen zeigt (oft) eine Neigung zur Anwendung und Befolgung der Logik der nichtlinearen Innovation, indem es Flexibilität demonstriert. Das akademische Unternehmen sieht die Grundlagenforschung im Rahmen der Anwendung als Chance.
3. Das akademische Unternehmen bezieht akademische Werte ein, um seine Mitarbeiter zu motivieren und Vertrauensbeziehungen und ein gutes Verhältnis zwischen der Organisation und den einzelnen Mitarbeitern zu schaffen. Das akademische Unternehmen interpretiert und qualifiziert eine disziplinäre (interdisziplinäre) Vielfalt des Hintergrunds seiner Mitarbeiter (und ihrer Kompetenzen) als eine potenzielle Chance und ein Kapital, um in der Wissensproduktion und Wissensanwendung kreativ zu arbeiten.
4. Das akademische Unternehmen hat ein Interesse daran, Netzwerke mit Universitäten (Hochschuleinrichtungen) oder anderen akademischen Forschungseinrichtungen zu führen, die aus dem Wunsch nach Zugang zu universitären Kenntnissen (z. B. Universitäre Grundlagenforschung) vertrieben werden. Generell schätzt das akademische Unternehmen das Engagement in diversifizierten Netzwerken als Form, um Wissen zu schaffen und Chancen zu nutzen.
5. Das akademische Unternehmen ermöglicht und fördert akademische Forschungsarbeit (akademische Veröffentlichungen können als Anreiz für Mitarbeiter dienen, ihr stillschweigendes Wissen zu kodifizieren).
6. Das akademische Unternehmen unterstützt Weiterbildung, Weiterbildung und lebenslanges Lernen seiner Mitarbeiter und hat grundsätzlich eine positive Einstellung zu einer Flexibilisierung der Arbeitszeitbelastung und deren flexibler Anpassung an ihre Mitarbeiter und deren Bedürfnisse (Vollzeit, Teilzeit, vielleicht Hin- und Herverschiebung), aber auch für teilweise Abwesenheit oder Teilurlaub ihrer Mitarbeiter. Das akademische Unternehmen

- untersucht querdurch querlaufende Querverbindungen zwischen Karriere und Karriereprogrammen mit Weiterbildung.
7. Das akademische Unternehmen akzeptiert grundsätzlich, in bestimmten Situationen sogar förderungsbefördernde, geteilte Beschäftigung oder "Cross-Beschäftigung" (Multi-Beschäftigung) seiner Mitarbeiter mit anderen (akademischen) Organisationen oder Institutionen, z. B. Universitäten oder anderen Hochschuleinrichtungen.
 8. Das akademische Unternehmen ist daran interessiert, intern "kreative Wissensumgebungen" (Hemlin et al. 2004) innerhalb der internen Grenzen seiner Organisation zu schaffen. Das akademische Unternehmen betont die Notwendigkeit und Kreativität nach Wissen (Wissensproduktion, Forschung) und Innovation.

Das akademische Unternehmen hat das Potenzial, die Art und Weise, wie wissensbasierte und wissensorientierte Wirtschaftsarbeit organisiert und durchgeführt wird, zu transformieren und zu verändern.

Stellt das akademische Unternehmen jedoch in erster Linie ein idealtypisches Konzept dar, oder gibt es das akademische Unternehmen (gibt es akademische Betriebe auch real?? Das Handelsunternehmen scheint die vorherrschende und etablierte Norm in der Welt des zeitgenössischen Geschäfts zu definieren. Die empirische Angemessenheit oder der Eignungsnachweis für die Ideen des akademischen Unternehmens muss vielleicht noch nachgewiesen oder überprüft werden. Akademische Unternehmen sind oder wären einem wirtschaftlichen Umfeld ausgesetzt, in dem Erfolg oft bedeutet, mit Mechanismen und Kräften des harten Wettbewerbs in einer sich ständig globalisierenden Welt fertig zu werden und davon zu profitieren. Aber das Konzept der "Ko-Petition" (Brandenburger und Nalebuff 1997) legt auch nahe, daß Erfolg im Wettbewerb bedeutet, Netzwerke mit sich überschneidenden Kooperations- und Wettbewerbsmustern zu entwickeln. Zwischen den beiden (konzeptionell) extremen Polen des akademischen Unternehmens und der Handelsfirma sind viele und mehrere zwischendurch Organisationsformen oder Hybridkombinationen möglich. Das akademische Unternehmen stellt eine Herausforderung für das laufende Geschäft dar. Das akademische Unternehmen zeigt aber auch Wege und Wege auf, wie Veränderungen und zukünftige Veränderungen und zukünftige Erfolge in der Wirtschaft und der wissensbasierten Wirtschaft (in der wissensbasierten Wirtschaft) angegangen und erreicht werden können. Das akademische Unternehmen ist daran interessiert, Innovation und Unternehmertum für Entwicklung zusammenzubringen, mehr noch für eine nachhaltige Entwicklung.

Hier wird vorgeschlagen, dass das akademische Unternehmen ein neues Design (und Redesign) für Unternehmertum in innovationsgetriebener wissensbasierter Wirtschaft darstellt.

TRANSLATED VERSION: PORTUGUESE

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSÃO TRADUZIDA: PORTUGUÊS

Aqui está uma tradução aproximada das ideias acima apresentadas. Isto foi feito para dar uma compreensão geral das ideias apresentadas no documento. Por favor, desculpe todos os erros gramaticais e não responsabilize os autores originais responsáveis por estes erros.

INTRODUÇÃO

A "empresa acadêmica" representa um tipo de empresa (organização baseada em empresas) que se concentra em incentivar, apoiar e avançar na produção de conhecimento (pesquisa, pesquisa e desenvolvimento experimental, P&D) e aplicação de conhecimento (inovação). A empresa acadêmica também está inclinada a gerar lucro (receitas), mas segue aqui mais a lógica de uma "sustentabilidade" em

equilíbrio com a produção de conhecimento e os princípios da produção de conhecimento. O conceito contrário à empresa acadêmica seria a "empresa comercial", que está sendo motivada e expulsa do interesse de maximizar o lucro (receitas). Entre esses dois polos conceituais de entendimento, há várias possibilidades de uma combinação gradual ou também não convencional (radical) de princípios para a organização empírica de uma empresa concreta, sua manifestação organizacional. O atalho para uma definição, portanto, é: "A Firma Comercial concentra-se em maximizar ou otimizar o lucro, enquanto a Empresa Acadêmica se concentra em maximizar ou otimizar conhecimento e inovação" (Carayannis e Campbell 2012, p. 27).

CONCLUSÃO

Em busca de uma representação ideal-típica da empresa acadêmica e do conceito da empresa acadêmica, as seguintes características e princípios podem ser listados e resumidos novamente (projetados e redesenhados):

1. A empresa acadêmica é um tipo de empresa (organização ou instituição baseada em empresas) que está sendo impulsionada por focar no incentivo, apoio e avanço da produção de conhecimento (pesquisa, pesquisa e desenvolvimento experimental, P&D) e aplicação de conhecimento (inovação). A empresa acadêmica também está interessada em gerar lucros (receitas), mas este deve ser um "lucro sustentável" em termos abrangentes e bem equilibrado com os bons princípios de uma boa produção de conhecimento e aplicação do conhecimento (inovação). A empresa acadêmica opera em todo um ecossistema baseado no conhecimento.
2. A empresa acadêmica é e se comporta baseada em conhecimento, orientada ao conhecimento, orientada ao conhecimento, produtora de conhecimento e criação de conhecimento. A empresa acadêmica demonstra (muitas vezes) uma inclinação para aplicar e seguir a lógica da inovação não linear, demonstrando flexibilidade. A empresa acadêmica considera a pesquisa básica no contexto da aplicação como uma oportunidade.
3. A empresa acadêmica incorpora valores acadêmicos para motivar seus colaboradores e criar laços de confiança e de um bom relacionamento entre a organização e os colaboradores individuais. A empresa acadêmica interpreta e qualifica uma variedade disciplinar (interdisciplinar) do histórico de seus colaboradores (e suas competências) como uma oportunidade potencial e ativo para atuar criativamente na produção de conhecimento e aplicação do conhecimento.
4. A empresa acadêmica tem interesse em se envolver em redes com universidades (instituições de ensino superior) ou outras instituições de pesquisa acadêmica, afastada do desejo de acessar o conhecimento universitário (por exemplo, a pesquisa universitária básica). Em geral, a empresa acadêmica valoriza o engajamento em redes diversificadas como forma de criação de conhecimento, bem como de beneficiar de oportunidades.
5. A empresa acadêmica permite e incentiva o trabalho de pesquisa acadêmica (publicações acadêmicas podem atuar como incentivos para que os funcionários codifiquem seus conhecimentos tácitos).
6. A empresa acadêmica apoia a educação continuada, a educação continuada e o aprendizado ao longo da vida de seus funcionários e tem, em princípio, uma atitude positiva em favor de uma flexibilidade em relação à carga horária e sua adaptação flexível para seus funcionários e suas necessidades (tempo integral, meio período, talvez mudando para frente e para trás), mas também para ausência parcial ou licença parcial de seus funcionários. As intercodes entre as carreiras e os esquemas de carreira com a educação continuada estão sendo exploradas pela empresa acadêmica.
7. A empresa acadêmica aceita, em princípio, em determinadas situações até mesmo promove, divide o emprego ou o "cross-employment" (multiemprego) de seus funcionários com outras organizações ou instituições (acadêmicas), por exemplo, universidades ou outras instituições de ensino superior.

8. A empresa acadêmica está interessada em criar internamente "ambientes de conhecimento criativos" (Hemlin et al. 2004) dentro dos limites internos de sua organização. O escritório acadêmico enfatiza a necessidade e a criatividade para o conhecimento (produção de conhecimento, pesquisa) e inovação.

A empresa acadêmica tem o potencial de transformar e mudar a forma como o trabalho econômico baseado no conhecimento e orientado ao conhecimento está sendo organizado e realizado.

No entanto, a empresa acadêmica representa principalmente um conceito ideal-típico, ou a empresa acadêmica existe (existem empresas acadêmicas) também em termos reais? A empresa comercial parece definir a norma dominante e estabelecida no mundo dos negócios contemporâneos. A adequação empírica ou a prova de aptidão para as ideias da empresa acadêmica talvez ainda precisem ser demonstradas ou verificadas. As empresas acadêmicas estão ou estariam expostas a um ambiente econômico, onde o sucesso muitas vezes significa lidar e lucrar com mecanismos e forças de concorrência severa em um mundo continuamente globalizado. Mas o conceito de "co-opetition" (Brandenburger e Nalebuff 1997) sugere também que o sucesso na competição significa desenvolver redes com padrões sobrepostos de cooperação e competição. Entre os dois polos (conceitualmente) extremos da empresa acadêmica e da empresa comercial, muitas e várias formas entre organização ou combinações híbridas são possíveis. A empresa acadêmica representa uma proposta desafiadora para os negócios atuais. A empresa acadêmica, no entanto, indica também rotas e caminhos, para como as mudanças e futuras mudanças e futuros sucessos no mundo dos negócios e da economia do conhecimento (na economia do conhecimento) podem ser abordados e alcançados. O escritório acadêmico está interessado em reunir inovação e empreendedorismo para o desenvolvimento, ainda mais para o desenvolvimento sustentável.

A proposta aqui é que a empresa acadêmica represente um novo design (e redesenho) para o empreendedorismo na economia do conhecimento orientada à inovação.