

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

Liege Cardoso de Freitas

PERCEPÇÕES SOBRE O CURSO E A VIDA ACADÊMICA:  
Um estudo com alunos do curso de Administração da UFRGS

Porto Alegre

2014

Liege Cardoso de Freitas

PERCEPÇÕES SOBRE O CURSO E A VIDA ACADÊMICA:  
Um estudo com alunos do curso de Administração da UFRGS

Trabalho de conclusão de Curso de Graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Luís Felipe Nascimento  
Co-orientadora: Prof<sup>a</sup>. Deisi Becker

Porto Alegre

2014

## **AGRADECIMENTOS**

A minha família pelo suporte e amor incondicional. A meus pais, exemplo e fonte de inspiração.

Agradeço ao meu orientador Dr. Luis Felipe Nascimento, pelo auxílio na escolha do tema, incentivo, inspiração e apoio no desenvolvimento deste trabalho. À professora Deisi Becker pela sua paciência, dedicação, atenção e disponibilidade.

Aos meus colegas de curso, pela amizade, grandes momentos de convivência e troca de experiências.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul pela oportunidade de realização deste estudo.

“We keep moving forward, opening new doors,  
and doing new things, because we’re curious and  
curiosity keeps leading us down new paths”.

(Walt Disney)

## RESUMO

O presente estudo teve como objetivo analisar o impacto do curso e do ambiente da universidade nas percepções dos estudantes em fase de conclusão do curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A realização deste tipo de estudo auxilia uma melhor compreensão do ambiente de aprendizagem sua influência na aquisição de conhecimentos e sua aplicação para o ambiente de trabalho. Para obtenção dos dados aplicou-se um questionário com questões objetivas e discursivas junto a 97 estudantes das etapas 8, 9 e 10 do curso, que possibilitaram adquirir informações sobre dados demográficos, informações sobre a vida acadêmica, carreira e sustentabilidade na vida pessoal. Os resultados demonstram que as percepções sobre o curso e a vida acadêmica estão ligadas aos principais motivos da opção pelo curso de administração, que são o acesso ao mercado de trabalho e a diversidade do currículo do curso. Além disso, foi apontada uma melhoria no nível de consciência ambiental no decorrer da graduação e a sugestão de inserção dos conteúdos socioambientais desde o início do curso.

Palavras-chave: Educação, administração, percepções, vida acadêmica, carreira, socioambientais.

## **ABSTRACT**

The present study aimed to analyze the impact of the course and the university environment on the perceptions of students nearing completion of the course of the Federal University of Rio Grande do Sul. Conducting this type of study helps better understanding of the environment learning, his influence on acquisition of knowledge and its application to the working environment. To obtain the data applied a questionnaire and open-ended question along with 97 students from steps 8, 9 and 10 of the course, which made it possible to acquire information on demographics, information on academic life, career and personal life sustainability. The results show that perceptions about the course and the academic life are linked to the main reasons for the choice of the course of administration, which are access to the labor market and the diversity of the course curriculum. In addition, an improvement was noted in the level of environmental awareness during graduation and the suggestion of inclusion of environmental content from the beginning of the course.

**Keywords:** Education, administration, perceptions, academic life, career, social and environmental.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

TABELA 1 – FAIXA ETÁRIA DOS ESTUDANTES PARTICIPANTES DESTA PESQUISA .....	31
FIGURA 1 - MOTIVOS PELA ESCOLHA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO .....	33
FIGURA 2 – COLABORAÇÃO DO ESTÁGIO PARA A VIDA PROFISSIONAL .....	34
FIGURA 3 – PONTOS A SEREM MELHORADOS NA FORMAÇÃO OFERECIDA PELO CURSO .....	37
FIGURA 4 – AÇÕES DESENVOLVIDAS PELOS ESTUDANTES EM BENEFÍCIO DO MEIO AMBIENTE ...	39
FIGURA 5 – SUGESTÕES PARA INSERÇÃO DOS CONTEÚDOS SOCIOAMBIENTAIS NO CURSO.....	40

# SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>9</b>
1.1	PROBLEMA	10
1.2	JUSTIFICATIVA	11
1.3	OBJETIVOS	13
1.3.1	OBJETIVO GERAL	13
1.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>15</b>
2.1	PERCEPÇÃO	15
2.1.1	TEORIAS DA PERCEPÇÃO	16
2.2	ENSINO SUPERIOR	16
2.2.1	ENSINO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO	20
2.2.2	EDUCAÇÃO AMBIENTAL	21
2.3	NOVAS GERAÇÕES	22
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>27</b>
3.1	TIPO DE ESTUDO	27
3.2	POPULAÇÃO E AMOSTRA	27
3.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	29
3.4	ANÁLISE DOS DADOS	30
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS</b>	<b>31</b>
4.1	PERFIL DA AMOSTRA	31
4.2	VIDA ACADÊMICA	32
4.3	CARREIRA	36
4.4	IMPORTÂNCIA DA SUSTENTABILIDADE NA VIDA PESSOAL	38
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>42</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>43</b>
	<b>ANEXO A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA</b>	<b>49</b>

## 1 INTRODUÇÃO

No Brasil, uma grande população de jovens adultos, o crescimento da economia e do mercado, novas exigências, tecnologias e a consequente necessidade de melhor qualificação geram uma grande demanda por educação de nível superior. Por consequência, nos últimos anos, foi visível um aumento na oferta de cursos e instituições de ensino superior, principalmente na área privada. Segundo dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP, 2012), em 1991 a oferta de cursos superiores no Brasil era de 4.908 passando para 31.866 no ano de 2012, um crescimento de 549,27% no período. No que se refere ao número de vagas, em 1991 eram oferecidas 516.663 vagas no ensino superior contra a oferta de 4.653.814 vagas em 2007. Em 2012 de um total de 2.416 instituições de ensino superior 304 eram instituições públicas e 2.112 privadas. Nesse cenário de concorrência tornam-se essenciais a qualidade dos serviços e a satisfação dos usuários na área educacional.

Atualmente, observa-se um nível crescente na demanda educacional do Brasil, refletida na grande necessidade de mão de obra qualificada, portanto, as universidades necessitam de uma nova postura inovadora e conectada com o mercado.

As instituições de ensino superior têm como missão promover o desenvolvimento científico, progresso econômico, justiça social e a sustentabilidade, construindo ambientes que favoreçam o desenvolvimento da cultura de criação e inovação. Para tanto, procuram oferecer ambientes diversos, uma grande variedade de cursos e opções para novos alunos.

Cunha (2001, p.43) aponta que é preciso “entender a sala de aula como espaço de reprodução e também de inovação que pode contribuir para a construção de teorias pedagógicas alternativas, através das quais a prática vivenciada torna-se a inspiração para a construção de novos conhecimentos”.

Estudantes ingressam na universidade a partir de diferentes motivações e, desenvolvem no decorrer do percurso diversas outras motivações e expectativas a respeito de suas trajetórias. Diferentes pesquisadores abordaram questões que dizem respeito à percepções dos estudantes em relação à Universidade. Segundo Biggs (1989) as percepções dos estudantes sobre o processo de aprendizagem ocorrem através da interação de um sistema de três variáveis: o ambiente de aprendizagem e as características pessoais dos estudantes, a abordagem dos estudantes para a aprendizagem (processo), e os resultados da aprendizagem

(produto). Este modelo propõe que, primeiramente os fatores pessoais e situacionais influenciam o estudante a adotar uma abordagem particular para a aprendizagem que de certa forma media ou influencia os resultados alcançados; em segundo plano o ambiente pode diretamente influenciar os resultados do processo de aprendizagem.

Há uma associação entre as percepções dos estudantes e os resultados alcançados no processo de aprendizagem. Também é importante compreender melhor como o ambiente de aprendizagem influencia a aquisição de conhecimentos básicos ou competências, que terá seu desenvolvimento no processo de aplicação efetiva do conteúdo ou das habilidades aprendidas na universidade para o ambiente de trabalho (Bennett *et al.*, 1998).

Ser um estudante universitário significado estar em um estágio de transição, da adolescência para a vida adulta, novos desafios, escolhas, responsabilidades, autonomia, equilíbrio da vida pessoal, social e acadêmica.

## 1.1 PROBLEMA

Organizações de todos os setores buscam ferramentas para melhor gestão dos negócios. Nas instituições educacionais as pressões para o alcance de melhor desempenho em relação às demandas por uma educação de qualidade são diversas. Nos últimos anos ocorreu uma significativa ampliação do número de instituições, cursos e alunos matriculados no ensino superior com diferentes características e expectativas.

Esse contexto gera a necessidade de repensar as atividades e processos educativos buscando estabelecer e implementar novas e melhores formas de lidar e de se conectar com as novas gerações, suas características peculiares e o processo de aprendizagem.

Segundo Tapscott (1999) a denominada geração digital caracteriza-se pelo uso contínuo de tecnologias e o contato com o mundo virtual, a utilização da internet, telefone celular e outros equipamentos de tecnologia da informação transformam o comportamento e as formas de relacionamento com a família, amigos e a sociedade, assim como o acesso à informação. O desenvolvimento crescente das tecnologias da informação e comunicação transforma as relações com o saber proporcionando uma compreensão dinâmica, interativa e tecnológica do mundo. Essa geração de estudantes tem a tela do computador como uma página de um livro e todas as informações, acontecimentos e formas de comunicação estão

disponíveis instantaneamente através da tecnologia. A utilização de diferentes tipos de aparelhos eletrônicos e o acesso à várias redes sociais permitem a certeza de estar sempre conectado aos amigos, eventos e informações.

Sabendo que a sociedade atual está em constante movimento, onde tudo se transforma com muita rapidez, o grande desafio é o de “atrair jovens a novas abordagens de ensino e motivá-los a descobertas empíricas” (Silva; Pinto, 2009, p.50).

De acordo com Schleich, Polydoro & Santos (2006) é importante que as instituições de ensino superior se preparem para atender às demandas de uma nova população universitária, não só através de inovação tecnológica e dos novos espaços educativos mas, principalmente buscando conhecer melhor o estudante a fim de promover o seu desenvolvimento. Nesse caso, também decorrente de seu envolvimento com as oportunidades e os recursos oferecidos pela instituição.

Em se tratando do curso de Administração, é essencial considerar a importância da formação de profissionais preparados para os desafios de uma sociedade e mercado em constante mudanças. Esses profissionais devem estar aptos ao exercício dos conhecimentos adquiridos e das habilidades desenvolvidas no decorrer do curso, em diversos campos da sociedade, como finanças, marketing, vendas, indústria, serviços, cultura, etc. buscando a efetiva utilização dos recursos disponíveis.

Diante desses aspectos, surge a questão a ser pesquisada: Quais são as percepções dos alunos da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul sobre o curso e a experiência na universidade?

## 1.2 JUSTIFICATIVA

As diversas experiências vividas pelos estudantes ao ingressarem na universidade e o impacto destas sobre a adaptação ao ambiente universitário têm sido foco de estudos no Brasil (Mercuri & Polydoro, 2003; Polydoro, Primi, Serpa, Zaroni & Pombal, 2001; Teixeira & Gomes, 2004). No exterior, os estudos foram desenvolvidos há mais tempo e têm identificado diferentes motivos que influenciam a integração dos estudantes à universidade, o desenvolvimento pessoal e a permanência nos cursos ( Belfield, Bullock & Fielding, 1999;

Cabrera, Castañeda, Nora & Hengstler, 1992; Kuh & Hu, 2001; Pascarella, 1980; Pascarella & Terenzini, 2005; Tinto, 1975).

Algumas pesquisas nacionais abordam aspectos relacionados à satisfação e avaliação dos estudantes de administração com o curso trazendo diferentes perspectivas (TOMIO & SOUZA, 2008; SOUZA & REINERT, 2010; WALTER, TONTINI & DOMINGUES, 2006; MAINARDES & DOMINGUES, 2010; PINTO & SALUME, 2013).

As instituições de ensino superior devem considerar não somente o que é solicitado pela sociedade através da competência dos diplomados, mas também a experiência educacional que os estudantes tiveram, tem ou terão na universidade (ABDULLAH, 2006).

Esta pesquisa busca propiciar melhor conhecimento e compreensão das percepções e impressões dos estudantes do curso de administração da UFRGS sobre o curso, a vida acadêmica e a importância da sustentabilidade na vida pessoal e profissional. É essencial que se conheça o perfil dos estudantes para ganhar sua atenção desenvolvendo desta forma um processo de aprendizagem significativo e de melhor qualidade.

A necessidade da universidade desenvolver habilidade para inovar precisa ser abordada sendo no processo de ensino aprendizagem, visando potencializar a aprendizagem dos alunos ou na formação de pessoas que irão inovar em seus campos de atuação. A denominada geração Y ou geração do milênio apresenta significantes desafios pedagógicos no que diz respeito a como se adquire e processa o conhecimento pois, tem como característica a vivência no mundo digital e na tecnologia.

Alguns artigos abordam valores, atitudes, características e comportamentos da geração dos “*Millennials*” (OBLINGER, 2003; RIVERA & HUERTAS, 2006). Percebe-se hoje que os estudantes têm desenvolvido novas atitudes e aptidões que são resultantes da influência do ambiente sobre o seu comportamento. Estas características são de grande vantagem no uso da tecnologia da informação e no trabalho colaborativo. Oblinger (2003) aponta que um dos componentes essenciais de facilitação do processo de aprendizagem é compreender as características do aprendiz, conhecer e entender os novos estudantes.

Segundo resultados da Pesquisa Global Sobre a Geração do Milênio (2013) realizada pela operadora multinacional Telefônica, em conjunto com o jornal Financial Times, no Brasil, 71% dos entrevistados acreditam que a tecnologia cria oportunidades para todos e mais da metade apontam a melhoria do acesso e da qualidade da educação como formas mais importantes de conseguir alcançar diferença no mundo. Foram entrevistados 12.171 jovens adultos, com idades entre 18 a 30 anos, em 27 países, a respeito de seus sentimentos sobre o mundo em que vivem, impactos da tecnologia, metas e sonhos pessoais.

Em outro estudo não científico, desenvolvido pela MTV, *Music Television* e denominada – *Screen Generation: 5º Dossiê Universo Jovem MTV* (2010), foram entrevistados mais de 2000 jovens, entre 12 a 30 anos em São Paulo, interior e seis capitais brasileiras. O estudo revelou que os jovens buscam conteúdo, diversão e informação simultaneamente e em diversos lugares, valorizando a portabilidade e acesso sendo que 60% dos entrevistados se considera desatualizado sem o acesso à internet.

O mercado exige profissionais com capacidade permanente de aprendizado, novas habilidades e competências. Nesse sentido, os cursos de Administração tem a missão de preparar profissionais eficientes, com capacidade de aprender a aprender, de autogerir-se, articular-se, flexíveis, criativos e que saibam conviver com mudanças (DIAS, 2002).

Nesse contexto, é importante estar atento às exigências e demandas do mercado assim como à percepções dos alunos no que diz respeito ao curso e à experiência na universidade a fim de orientar o desenvolvimento e aprimoramento dos profissionais na área de administração.

### 1.3 OBJETIVOS

#### 1.3.1 **Objetivo Geral**

Analisar o impacto do curso e do ambiente da universidade nas percepções dos estudantes do curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

#### 1.3.2 **Objetivos Específicos**

- a) Caracterizar os estudantes de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul;

- b) Caracterizar as percepções dos estudantes do curso de Administração em relação à vida acadêmica, vida profissional e a importância da sustentabilidade na vida pessoal;
- c) Analisar os significados, para reflexão sobre o curso e a vivência acadêmica.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A revisão da literatura abrange os conceitos acerca de percepção, ensino superior, enfocando, as novas gerações, contextualizando, assim, o objeto de estudo da pesquisa.

### 2.1 PERCEPÇÃO

A percepção é um processo através do qual as pessoas traduzem as impressões sensoriais em significados coerentes e unificados sobre o mundo ao redor delas. É baseada em informações que se traduzem em realidade que guiam o comportamento humano em geral (YADAV, 2011).

De acordo com Schiffman e Kanuk (2000, p. 103) percepção é definida como: “o processo pelo qual um indivíduo seleciona, organiza e interpreta estímulos visando a um quadro significativo e coerente do mundo”. Esses são os três aspectos da percepção: seleção, organização e interpretação dos estímulos. Os indivíduos são muito seletivos em relação aos estímulos que irão reconhecer, organizam inconscientemente de acordo com princípios psicológicos geralmente aceitos e interpretam subjetivamente de acordo com suas necessidades, expectativas e experiências.

Sheth, Mittal e Newman (2001, p. 286) afirmam que: “a percepção é o processo pelo qual um indivíduo seleciona, organiza e interpreta as informações que recebe do ambiente”. Os autores apontam que três fatores moldam as percepções dos clientes e se aplicam para produtos e serviços: características do estímulo, contexto e características do cliente.

- a) Características do Estímulo: Os estímulos são percebidos de formas diferentes pelas pessoas, de acordo com suas características. Considera-se também características sensoriais e o conteúdo da informação;
- b) Contexto: os clientes serão influenciados pelo contexto de um estímulo com determinado conjunto de características;
- c) Características dos Clientes: As características dos clientes, principalmente o que já sabe ou sente, influenciam as percepções. Os conhecimentos e sentimentos prévios se transformam em expectativas que, por conseguinte, influenciam as percepções.

YADAV (2011) aponta que a percepção além de melhor descrever as experiências vivenciadas envolve o processamento das sensações. Na prática sensações e percepções são virtualmente impossíveis de separar, porque são parte de um processo contínuo. Deste modo, a percepção nos seres humanos descreve um processo pelo qual a estimulação sensorial é traduzida em experiência organizada.

### 2.1.1 Teorias da percepção

Duas diferentes abordagens a respeito da percepção são apresentadas por diferentes autores: Gibson (1966) propôs a teoria “*bottom-up*” e Gregory (1971) a teoria “*top-down*”.

Teoria “*bottom-up*”: percepção é construída hierarquicamente a partir de um conjunto primitivo de características de representações internas. Tem início a partir do estímulo, há informação suficiente no ambiente para que o mundo faça sentido. Para Gibson (1966) sensação é percepção. A informação sensorial mais superficial é mais importante que a percepção profunda. A primeira impressão contém características suficientes para distinguir diferentes objetos.

Teoria “*top-down*”: Percepção tem início a partir de características, que são influenciadas por outros processos como conhecimentos e contexto. Para Gregory (1971) percepção envolve fazer inferências sobre o que as pessoas enxergam e tentam estimar. Conhecimentos prévios e experiências passadas são cruciais nas percepções. Quando as pessoas olham para alguma coisa, desenvolvem hipóteses perceptuais baseadas em conhecimentos prévios.

## 2.2 ENSINO SUPERIOR

Nas últimas décadas, o ensino superior no Brasil tem-se expandido e diversificado ampliando significativamente a quantidade de instituições, cursos e alunos matriculados. Num período de intensificação da interconexão internacional e de transição econômica é essencial destacar a importância do papel das universidades na geração do conhecimento, no estímulo à inovação a fim de enfrentar os desafios globais.

O crescimento do número de instituições de ensino superior teve um aumento significativo, principalmente com a promulgação da Lei n. 9.394/96, de Diretrizes e Bases da Educação (BRASIL, 1996), que proporcionou maior flexibilização ao sistema educacional. Segundo o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) o total de estudantes que ingressaram no ensino superior em 2012 chegou a 2.747.089. Na última década, o número de instituições de ensino superior cresceu 30% no Brasil, sendo a maior expansão fora das capitais. A partir da instituição do Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), o número de universidades federais passou de 45 para 59.

Diante de um contexto de constantes transformações e mudanças em todas as esferas da sociedade e de uma realidade cada vez mais conectada e globalizada, as instituições de ensino superior encontram desafios que levam a mudanças de ordem pessoal e coletiva. O processo de educação passa a ter um novo significado e uma nova complexidade, necessitando reconfigurar-se para atender às necessidades da sociedade da informação e do conhecimento.

São inúmeras as críticas ao caráter conservador das universidades (MOTA, 2011) como por exemplo, rigidez curricular e de disciplina, falta de integração entre níveis e atividades universitárias, separação entre a produção e aplicação do conhecimento, conhecimento fragmentado, ensino restrito aos conteúdos conceituais disciplinares, etc.

De acordo com o relatório para a UNESCO a Declaração Mundial sobre Educação no Século XXI (1998, p.34) destaca que as transformações atuais do ensino buscam “superar o conceito da educação como mera transmissão/acumulação de conhecimento e informação. Isso torna a crise da educação, em grande parte, uma crise do modelo pedagógico tradicional”. A Declaração vincula as necessidades de inovação do ensino nas instituições de Educação Superior à reformas curriculares, aos novos métodos pedagógicos considerando diferentes estilos de aprendizagem, às tomadas de iniciativa e ao vínculo entre ensino e pesquisa. Nesse contexto e, sabendo que o conhecimento é a matéria prima de trabalho da educação, é necessário refletir sobre os efeitos da tecnologia sobre a sociedade e para o trabalho acadêmico na universidade.

A expressão “aprender a aprender” perpassa o processo de ensino-aprendizagem e envolve o desafio para a pesquisa, professores preparados, alunos motivados e estruturas e recursos adequados (DEMO, 1998). Este processo é composto de quatro elementos – o professor, o aluno, o conteúdo e as variáveis ambientais (características da instituição). Trata-

se de uma rede de relacionamentos na qual cada elemento tem papel igualmente ativo no processo de aprendizagem.

Segundo Drucker (2000), nos próximos cinquenta anos as instituições de ensino irão sofrer mudanças e inovações mais drásticas que em todo o período no qual se organizaram em torno da mídia impressa. Novas demandas sociais criadas a partir do desenvolvimento da informática, das novas tecnologias de informação e comunicação, além da perspectiva da aprendizagem contínua, *“life long learning”*, exigem respostas inovadoras das organizações.

A partir das novas demandas sociais advindas de uma sociedade globalizada e em constante conexão virtual, aponta-se exigências a uma nova concepção de trabalho educativo:

Análise da obsolescência dos processos, dos materiais e das ferramentas de aprendizagem existentes; diagnóstico das novas necessidades dos alunos; busca de novas motivações dos alunos para a aprendizagem; grande influência do meio social na aprendizagem; busca de novos métodos; gestão coletiva da aprendizagem; utilização dos meios tecnológicos; formação permanente como parte intrínseca da profissão de educar e como compromisso na aprendizagem durante a vida. (Imbernón, 2000, p.89-90)

Para tanto, é necessário que a universidade desenvolva ambientes de conhecimento que facilitem a descoberta, a ação e a conseqüente inovação em todas as áreas.

De acordo com Shapiro (2007), a capacidade e a habilidade de desenvolver inovações de sucesso dependem de vários fatores. Todavia, há um consenso a respeito da necessidade de:

- a) Educação e aprendizagem – uma mudança na educação formal e nos sistemas, para que eles possam responder às demandas da sociedade do conhecimento e a aprendizagem contínua de cada indivíduo;
- b) Inovação efetiva através de sistemas e processos de produção de conhecimentos, incluindo investimentos em pesquisa e desenvolvimento, promovendo empresas de desenvolvimento e colaboração entre institutos de pesquisa e a indústria.

A partir dessas ideias percebe-se que criatividade e inovação estão ligadas. Sem criatividade não há o desenvolvimento de novos produtos, processos, estratégias ou a criação de novas organizações. Sabendo que a inovação é extremamente importante para o desenvolvimento econômico, a criatividade torna-se importante também. Então, um compromisso importante do sistema educacional é o estímulo à criatividade.

Mesmo sabendo que a maioria das inovações tem como objetivo criar valor a organização ou aumentar a produtividade na sociedade, não é difícil, especialmente hoje, admitir que boas intenções podem gerar maus resultados. Se todas as inovações fossem previsíveis, o gerenciamento seria fácil e simples e, o treinamento poderia substituir o ensino. No entanto, a possibilidade de causar danos é uma das razões que justifica a necessidade do

bom gerenciamento nas organizações e da importância do ensino superior produzindo relevantes contribuições através do desenvolvimento de um ambiente que incentive novas ideias e descobertas, além do incentivo às decisões éticas e, uso responsável e sustentável dos recursos naturais.

Tapscott (1999) realizou uma pesquisa com pré-adolescentes e adolescentes que estão crescendo com acesso ao mundo digital. Nas análises e conclusões publicadas no livro *Geração Digital*, Tapscott constatou uma forte rejeição às formas clássicas de aprendizagem em sala de aula, descritas a partir da busca de outras fontes de informação, não mais limitado ao professor ou ao livro didático.

A nova geração que está se auto letrando pela *Internet* desafia os sistemas educacionais tradicionais e propõe, pelo uso constante das tecnologias de comunicação digital, um “jeito novo de aprender”, mais dinâmico, participativo, descentralizado da figura do professor, mais ágil.

A competência para usar os equipamentos digitais com desenvoltura permite a possibilidade de reinvenção do cotidiano, estabelecendo novas formas de ação. Diferentes abordagens pedagógicas ultrapassam os limites físicos das instituições de ensino, no que diz respeito a:

- a) Velocidade do ato de apreender, gerenciar e compartilhar informações;
- b) Verificação *on-line*, pela *Internet* da autenticidade das informações apresentadas buscando comprovar ou corrigir dados expostos;
- c) Crescimento da participação de outros interlocutores, às vezes simultânea e a distância.

Einstein uma vez afirmou que nenhum problema pode ser resolvido a partir do mesmo nível de consciência do qual foi criado. Isso sugere que os indivíduos devem aprender a ver o mundo e, por consequência a educação de uma nova forma. No passado, o ensino superior demonstrou ter o papel crucial de introduzir mudanças e progresso na sociedade, sendo hoje, o principal agente de educação das novas gerações na construção do futuro. De acordo com Prensky (2011) o contexto educacional tem mudado, e um novo contexto demanda novas ideias e reflexões.

### 2.2.1 Ensino Superior de Administração

O ensino superior de administração no Brasil teve início a partir de uma demanda por profissionais que tivessem qualificação para dar suporte a funções de controle, análise e planejamento de atividades empresariais a partir das necessidades propostas por uma sociedade industrial. Segundo o Conselho Federal de Administração a regulamentação da profissão de administrador ocorreu na metade dos anos sessenta, através da Lei nº 4.769, de 09 de setembro de 1965. Essa Lei estabeleceu que o acesso ao mercado profissional seria privativo aos portadores de títulos de Bacharéis em Administração/Administração Pública, diplomados no Brasil, expedidos pelo sistema universitário.

A criação da Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (USP) e da Fundação Getúlio Vargas (FGV) contribuíram significativamente para o ensino e pesquisa de temas econômicos e administrativos no Brasil, sendo referência para o desenvolvimento de outras instituições na área. A Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP) foi implementada pela Fundação Getúlio Vargas em 1954 com o primeiro currículo especializado em Administração, tendo como objetivo preparar profissionais para o mercado de empresas em expansão. O primeiro currículo mínimo do curso foi aprovado em julho de 1966 pelo Conselho Federal de Educação. (CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO).

A necessidade de obtenção do título para a prática profissional impulsionou o ingresso de novos alunos nas instituições que ofereciam habilitação e contribuiu para o surgimento de novos cursos de Administração. Segundo dados do MEC compilados pelo Conselho Federal de Administração, em 1980 o número de cursos de Administração no Brasil era de 305 passando para 1.805 em 2010.

Esse contexto de expansão de novos cursos vem acompanhado de rápidas e profundas transformações tecnológicas e socioeconômicas que demandam constante atualização e novas exigências dos profissionais da área de Administração. O domínio de novas tecnologias, a utilização racional dos recursos, a tomada de decisões em situações de pressão e risco, a capacidade de inovação, assim como a articulação eficiente de conhecimentos, habilidades e atitudes são alguns desafios apresentados pelo mercado de trabalho.

Atualmente as instituições também tem o desafio de formar profissionais que tenham capacidade de atuar em diferentes formas organizacionais, como cooperativas, organizações não governamentais, associações, etc., que vão além das formas tradicionais de empresas.

Segundo Friga, Bettis e Sullivan (2004), a cadeia de valores em educação em Administração pode ser agrupada em três diferentes períodos:

- a) Conhecimento baseado em empresas (Pré-1950): eventos-chave Revolução Industrial e Fundação Ford; distribuição geográfica dos cursos local; assimilação através de bibliotecas limitadas e ensino através de lições práticas e profissionais.
- b) Conhecimento baseado no corpo docente (1950-1999): eventos-chave *rankings* da mídia e base de dados eletrônica; distribuição geográfica regional/nacional; assimilação através de livros e periódicos de gestão e ensino teórico/empírico e professores Ph.D.
- c) Conhecimento baseado nos estudantes (2000 em diante): eventos-chave revolução do conhecimento e proliferação da *internet*; distribuição geográfica global; assimilação através de bibliotecas digitais; ensino por corpo docente misto e unidades modulares, à distância.

A importância dos componentes presentes em cada período acima descrito influenciou o modo como o conhecimento é construído ao longo do tempo.

De acordo com Scharmer (2013), anos atrás as pessoas aprendiam uma profissão e a praticavam por todas suas vidas. Hoje, as mudanças ocorrem de forma muito rápida e exigem que as pessoas tenham outras habilidades de adaptação. Quanto mais dramáticas as mudanças no ambiente, menor a capacidade de buscar auxílio em padrões do passado, e maior a necessidade de aprendizagem e busca de referências no futuro à medida que ele vai surgindo. Portanto, para inovar, pessoas e organizações precisam adotar uma nova forma de aprender.

### 2.2.2 Educação Ambiental

O mais importante dos desafios que dizem respeito à sustentabilidade, hoje é a habilidade de antecipar, responder e administrar os impactos que se originam das questões como: escassez de recursos naturais, mudanças climáticas, pobreza e desigualdade entre outras.

As empresas são direta ou indiretamente a causa da maioria das transformações que prejudicam o meio ambiente, mas é também evidente que são grandes instituições, bem administradas e com recursos suficientes para resolver os problemas que afetam à todos.

A Educação Ambiental deveria fazer parte da formação do administrador na sua totalidade. Como afirma Barbieri (2004), é essencial a inclusão da Educação Ambiental nos cursos de Administração, pois as empresas são parte dos problemas ambientais, seja pela utilização de recursos do meio ambiente ou pela geração de resíduos.

Uma das questões que envolvem a Educação Ambiental é torná-la parte da formação de profissionais de nível superior, em especial os administradores. Para tanto, há uma necessidade de mudança de comportamento e de visão de empresários e administradores em relação às práticas ambientais e ao meio ambiente, que deve ser considerado como uma totalidade, ambiente natural e construído pelo ser humano. (BARBIERI, 2004).

Nas últimas décadas tem sido visíveis mudanças no ambiente no qual as organizações operam envolvendo preocupações socioambientais que demandam novas formas de estruturação. Nesse contexto organizacional é importante a preparação de profissionais com uma visão sistêmica voltada para o futuro e para um contexto maior de responsabilidade social e desenvolvimento sustentável (SCHARMER, 2013).

### 2.3 NOVAS GERAÇÕES

Diferentes autores apontam os anos limítrofes da geração dos “*Millennials*” ou também chamada geração Y. Segundo Meister e Willyerd (2010) são as pessoas nascidas aproximadamente entre 1980 e 1997.

São pessoas que nunca ficam sem a Internet ou telefone celular, para eles a União Soviética só existe nos livros de história, “*Google*” é um verbo, e sua comunicação pessoal é feita através de mensagem de texto. As características dessa geração têm uma imensa influência na cultura global e um forte impacto no mercado de trabalho.

Essa geração pertence a uma época de grandes avanços tecnológicos, prosperidade econômica e globalização, tem em tempo real, na palma da mão, informações, dados e entretenimento de qualquer parte do mundo. Crescendo mergulhados num mar de tecnologia digital diferencia esta geração e a torna única e difícil de ensinar. (TYLER, 2012)

Segundo a Pesquisa Global Sobre a Geração do Milênio (2013) a inovação tecnológica e suas oportunidades move essa geração que vive no cruzamento da tecnologia e do

empreendedorismo. Foram realizadas 12.171 entrevistas online entre pessoas com idade entre 18 e 30 anos em 27 países no período de 11 de janeiro à 4 de fevereiro de 2013.

Alguns fatos da pesquisa:

- a) “*Millennials*” preocupam-se com a saúde da economia, assim como com a saúde do planeta;
- b) Muitos não acreditam que seus pontos de vista ou crenças são adequadamente representados pelos seus governantes;
- c) Acreditam fortemente na proteção da liberdade individual e são tolerantes com as crenças de outras religiões;
- d) Valorizam o empreendedorismo e acreditam que podem fazer a diferença em suas comunidades;
- e) Aproximadamente metade dos entrevistados preveem que a China comandará a economia global pelos próximos 10 anos;
- f) 87% afirmam que a tecnologia transpassa as barreiras da língua;
- g) 69% apontam que a tecnologia cria mais oportunidades para todos;
- h) 83% afirmam que a tecnologia facilita o acesso a um emprego;
- i) 62% acreditam que a tecnologia reduz as diferenças entre ricos e pobres;
- j) No que diz respeito à chave para a mudança, 42% acreditam que é o acesso e a qualidade da educação, 41% destacam a proteção ao ambiente, 39 % o fim da pobreza, 24% o acesso a alimentação básica e moradia, 24% o incentivo à energia sustentável;
- k) 36% destacam a educação e o conhecimento em tecnologia como fator que garante sucesso futuro, 20% em economia, 13% em outras línguas, 12% em ciência, 4% em matemática e 3% em literatura.

Uma das características que distingue a geração do milênio é o desejo por contínuo “*feedback*” em suas performances. Esta geração busca aprender conhecimentos técnicos nas áreas de interesse, auto gerenciamento e produtividade pessoal, liderança, estratégias de inovação e criatividade (Meister e Willyerd, 2010).

Diferentes características no comportamento dos estudantes tem sido observadas nas últimas décadas, estas por certo, irão impactar as instituições educacionais demandando mudanças. Frand (2000) identificou e descreveu dez atributos que refletem valores e comportamentos da nova geração:

- a) Computador não é tecnologia: os estudantes nunca viveram sem computadores e *Internet*. Para eles o computador não é tecnologia, é assumidamente parte da vida.
- b) *Internet* é melhor que a televisão: nos últimos anos, o número de horas assistindo televisão tem sofrido uma redução, sendo substituídas pelo tempo *online*. As razões para essa mudança incluem a interatividade e o aumento do uso da *Internet* para as redes sociais.
- c) A realidade pode não ser tão real: coisas que parecem ser reais na *Internet*, nem sempre são. Imagens digitais podem ter sido alteradas. E-mail recebidos de algumas pessoas podem não ter sido originados por elas e o conteúdo pode ou não ser verdadeiro.
- d) Fazer é mais importante do que saber: a habilidade de lidar com informações complexas e as vezes ambíguas é mais importante que o conhecimento de vários fatos ou a acumulação de conhecimento.
- e) *Nintendo* mais do que lógica: aprender mais de perto é mais semelhante ao jogo *Nintendo* do que à lógica. *Nintendo* simboliza uma abordagem de tentativa e erro na solução de problemas, perder é um dos caminhos mais rápidos se aprimorar pois, a perda representa a aprendizagem. Este é um contraste com o pensamento da geração anterior que era mais lógica, com uma abordagem baseada em regras para a solução de problemas.
- f) Multitarefas como estilo de vida: os estudantes parecem confortáveis quando envolvidos em múltiplas atividades simultaneamente, como ouvir música, enviar mensagens de texto, fazer tarefas de casa e falar ao telefone. Eles não se concentram em uma atividade de cada vez. A necessidade de estar realizando várias coisas ao mesmo tempo pode ser devida a grande quantidade de informações.
- g) Digitar é melhor que escrever à mão: As habilidades com o teclado superaram a caligrafia. O trabalho digitado pode ser facilmente verificado por erros de ortografia, palavras chave, recuperado e reescrito para um novo uso.
- h) Permanecer conectado é essencial: Os estudantes permanecem conectados através de múltiplos aparelhos ao longo do dia. Telefone celular, *tablets*, e computadores garantem a conexão em qualquer tempo e lugar. A conectividade permanente transforma os conceitos de distância e localização, possibilitando a comunicação e o acesso à informação em tempo real.

- i) Tolerância zero por tempo de espera: Tendo crescido em uma cultura de serviço ao consumidor, os estudantes têm uma forte demanda e pequena tolerância por tempo de espera. Eles esperam disponibilidade de serviços 24 horas e com muita rapidez. O conceito de tempo tem sofrido uma mudança drástica.
- j) Indistinção consumidor/fornecedor da informação: Em um mundo digital de tarefas copia/cola não há distinção entre quem consome, tem a propriedade ou fornece a informação. Assume-se que se algo é digital é propriedade de todos.

Price (2009) a partir de pesquisas com estudantes da geração do milênio levando em conta características do ambiente ideal de aprendizagem, preferências a respeito de tarefas e avaliações e características do professor ideal, apresentou cinco estratégias a fim de engajar esses no processo educacional:

1. Pesquisas sugerem que *Millennials* preferem uma variedade de métodos ativos de aprendizagem. Quando eles não se interessam por algo, sua atenção rapidamente se move para outro lugar. Interessantemente, muitos dos componentes de seu ambiente ideal de aprendizagem – menos aulas expositivas, uso de multimídia, trabalho em grupos – são as mesmas técnicas que pesquisadores mostraram ser efetivas no processo de aprendizagem.
2. *Millennials* cresceram com a facilidade de pesquisar na *Internet* qualquer coisa que querem saber, no entanto eles não utilizam a informação para um fim específico. Como resultado, o papel do professor é auxiliar o estudante a transformar a simples disseminação da informação na aplicação da mesma. Um dos grandes desafios é conectar o conteúdo do currículo do curso com a vivência presente e transformar o processo de aprendizagem e as atividades em algo relevante.
3. *Millennials* foram criados em um ambiente não autoritário e são mais suscetíveis a cumprir regras quando os professores apresentam argumentos for tarefas e regras específicas.
4. *Millennials* preferem um ambiente de aprendizagem menos formal no qual podem interagir com o professor e com outros colegas. Nas entrevistas com os estudantes, o termo “descontraído” foi utilizado repetidamente.
5. *Millennials* estão mais no centro da vida dos pais do que gerações anteriores e estão acostumados com a presença de adultos em suas vidas demonstrando grande interesse por elas. Apreciam quando professores demonstram o mesmo interesse, estando mais

determinados a alcançar os resultados da aprendizagem quando se conectam aos instrutores num nível mais próximo.

Esta geração é chamada de geração dos “Nativos Digitais” pois são falantes nativos de tecnologia, fluentes na linguagem digital dos computadores, vídeo games e *Internet*. Este fato é resultante do contexto no qual esta geração nasceu e, propõe interessantes mudanças aos “Imigrantes Digitais”. Os “Imigrantes Digitais” são todos aqueles que nasceram quando o computador ainda não era pessoal, o telefone celular não existia e o acesso mais rápido à informação era uma biblioteca bem equipada.

Matney (2006) afirma que essa geração certamente irá provocar mudanças nas instituições de ensino. O maior desafio não é somente saber lidar com as características dessa geração, mas as dinâmicas, as características e as experiências criadas a partir da interação das outras gerações com essa.

### **3 METODOLOGIA**

A seguir apresenta-se os procedimentos metodológicos como o tipo de estudo, população e amostra, instrumento de coleta de dados e análise dos dados.

O contato inicial com o tema a ser pesquisado foi realizado a partir de estudos exploratórios a fim de melhor conhecimento e verificação de outras pesquisas sobre este assunto. Também foi realizada pesquisa bibliográfica sobre os temas percepções, ensino superior e a novas gerações a fim de auxiliar a análise dos dados coletados.

#### **3.1 TIPO DE ESTUDO**

Esta pesquisa foi de caráter descritivo e exploratório. De acordo com Gil (2008), as pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição das características de determinada população, levantando opiniões, atitudes e crenças da população analisada. Ao mesmo tempo é exploratória porque têm como pressuposto trazer o tema à discussão, proporcionando uma visão geral acerca do fato.

Para a abordagem dessa pesquisa utilizou-se o método qualitativo e quantitativo. Segundo Collis (2005), o método quantitativo é objetivo por natureza e focado na mensuração de fenômenos, envolve coletar, analisar dados numéricos e aplicar testes estatísticos, enquanto que o método qualitativo considera a interpretação dos fenômenos e atribuição de significados.

#### **3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA**

A Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul teve sua origem com a criação do Instituto de Administração na Faculdade de Ciências Econômicas, em 1951. Em 6 de setembro de 1996 o Conselho Universitário da UFRGS aprovou a criação

da Escola de Administração como unidade autônoma e com sede atual na Av. Washington Luís 855, bairro Centro, em Porto Alegre. A Escola presta serviços nas áreas de ensino, pesquisa e extensão.

Na graduação são oferecidos os cursos Administração diurno e noturno e Administração Pública e Social noturno. A Pós-graduação conta com cursos de Mestrado em Administração (acadêmico, interinstitucional e profissional), Doutorado em Administração (acadêmico e interinstitucional) e Especialização Lato Sensu nas áreas de Gestão Empresarial, Marketing, Finanças e MBA Executivo Internacional.

Na área de pesquisa são desenvolvidas pesquisas básicas e aplicadas em parcerias com empresas. As atividades de extensão são diversas e se dividem em Consultorias, Cursos de Extensão e Pesquisas.

A Escola de Administração tem por missão: “Promover o conhecimento orientado à Administração, por meio do ensino, pesquisa e extensão, desenvolvendo organizações para a melhoria da qualidade de vida da sociedade”. Dentre seus princípios estão:

1. Valorização das potencialidades do aluno;
2. Respeito à pluralidade;
3. Responsabilidade social;
4. Valorização da iniciativa, criatividade e capacidade empreendedora;
5. Zelo pela imagem e cultura da escola.

Os sujeitos da pesquisa foram os alunos do curso de graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Conforme dados da Comissão de Graduação da Escola de Administração (COMGRAD), em 2014/1, são 1.570 alunos matriculados, sendo 273 pertencentes ao curso de Administração Pública e Social. Na graduação em Administração período diurno são 435 alunos matriculados e no período noturno 862.

A amostra da pesquisa em questão foi composta de 97 alunos. Foram enviados através de *e mail*, questionários para os alunos da graduação matriculados a partir do 8º semestre. Levando em conta que o curso se desenvolve em 10 semestres optou-se por coletar os dados dos alunos que estão na fase de finalização do curso. A partir do oitavo semestre os estudantes devem fazer a opção pela ênfase, na qual podem escolher por disciplinas específicas de marketing, finanças, gestão de pessoas, organizações, gestão pública.

As respostas dos questionários foram enviados e coletadas através do *Google Docs*, que faz o gerenciamento sem a identificação dos participantes.

### 3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada nos meses de maio e junho de 2014, na Faculdade de Administração da UFRGS, através de questionário. Segundo Gil (2008) o questionário é uma técnica de investigação composta por um número elevado de questões, e que tem por objetivo conhecer opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas e situações vivenciadas.

Para realização deste estudo foi aplicado um questionário para a coleta dos dados, com questões abertas e fechadas a fim de identificar diferentes as percepções dos estudantes a respeito de sua experiência no curso e na universidade.

Na primeira parte do questionário foram solicitados dados demográficos dos estudantes, que serviram para determinação do perfil da amostra. Na segunda parte do questionário foram abordados aspectos que levaram em conta as percepções dos estudantes a respeito da vida acadêmica, carreira como administrador e importância da sustentabilidade na vida pessoal.

O questionário teve origem da pesquisa de Costa (2006) com alunos egressos dos cursos de Ciências Contábeis, Direito e Serviço Social da Universidade Federal de Santa Catarina com o acréscimo de questões com referência à percepções sobre sustentabilidade na vida pessoal e no curso.

As questões a respeito da vida acadêmica dos estudantes abordaram aspectos relacionados com o motivo da escolha pelo curso, participação de atividades acadêmicas no período da graduação, realização de cursos de aperfeiçoamento profissional durante a graduação, exercício de atividade remunerada ao longo do curso, fontes de acesso à conhecimento extraclasse, avaliação do graduando em relação à dedicação ao curso e, por final, atendimento de expectativas em relação ao curso.

Com o objetivo de identificar fatores relacionados com a profissão escolhida, as questões sobre carreira abordaram a opinião dos estudantes sobre a formação oferecida pelo curso.

As questões finais da pesquisa levantaram as percepções sobre importância da sustentabilidade na vida pessoal, nível de consciência ambiental, exigências socioambientais da área de administração, atuação em benefício do meio ambiente e, sugestões de alternativas para melhor inserção dos conteúdos socioambientais no curso de Administração.

### 3.4 ANÁLISE DOS DADOS

Para aplicação do questionário foi utilizado o software *Google Docs*, pela facilidade e rapidez na condução da pesquisa. Os participantes puderam responder às perguntas *online* e os dados foram arquivados eletronicamente.

Após a coleta, os dados quantitativos foram tabulados em uma planilha eletrônica Microsoft Excel 2007 para análise estatística seguida de interpretação.

Os dados qualitativos provenientes das questões abertas foram submetidos por uma análise léxica através do uso do aplicativo *Wordle*, de livre acesso na *internet*. Optou-se por esse tipo de análise pela relevância das respostas obtidas através do questionário. As palavras que apareceram com mais frequência no texto, ganharam destaque possibilitando uma visão gráfica que enriquece e complementa a interpretação das respostas.

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo será apresentada a análise dos dados coletados e seus resultados. Para uma melhor organização dos resultados, os mesmos foram agrupados em tópicos de acordo com as questões do questionário e categoria de análise.

### 4.1 PERFIL DA AMOSTRA

A pesquisa foi desenvolvida com 97 estudantes matriculados nos semestres 8, 9 e 10 do curso de Administração, dos quais 51 (53%) pertenciam ao gênero masculino e 46 (47%) ao gênero feminino. Em relação à faixa etária, 7 (7%) pertenciam à faixa etária 18 a 20 anos, 34 (35%) à faixa etária dos 21 a 23 anos, 26 (27%) à faixa etária dos 24 a 26 anos e 30 (31%) enquadravam-se na faixa etária acima de 27 anos. Pela característica de escolha por estudantes em fase de finalização do curso, percebe-se uma maior concentração na faixa etária acima de 21 anos, conforme apresentado na tabela 1.

**Tabela 1 – Faixa etária dos estudantes participantes desta pesquisa**

Faixa etária	Nº de participantes	Porcentagem válida
18 a 20 anos	7	7%
21 a 23 anos	34	35%
24 a 26 anos	26	27%
A partir de 27 anos	30	31%
Total	97	100%

Fonte: Dados da pesquisa

## 4.2 VIDA ACADÊMICA

A primeira questão se tratou de uma pergunta aberta com o intuito de fazer com o pesquisado repensasse o motivo da escolha pelo curso de Administração. 44 dos 97 entrevistados mencionaram, em algum momento da justificativa, que as possibilidades de melhor colocação no mercado de trabalho e a abrangência do curso foram motivos importantes para escolha. Levando em conta que 62% dos entrevistados tem idade entre 21 e 26 anos e que ingressaram na universidade logo após conclusão do segundo grau identifica-se escolhas vocacionais características da idade, permeadas por incertezas, mas também pelas possibilidades de uma boa colocação no mercado de trabalho.

Algumas justificativas para a escolha do curso foram: “Não tinha certeza sobre qual curso fazer e acredito que a Administração proporciona oportunidades de trabalho variadas”, “Naquela época tudo foi por impulso, mas acredito que tenha sido, em 2009, pelas oportunidades de emprego que o curso oferece aos alunos”, “Negócio familiar”, “Um curso que abarca tudo para te preparar para o mercado de trabalho”, “Diversidade da área de atuação. Localização da EA e conceito do curso no ENADE”, “Características pessoais que tem relação com o curso de administração. Liderança, responsabilidade, vontade de “mudar o mundo”, “Gostava de negócios, números, economia e queria montar meu próprio negócio. Leque grande de opções profissionais”

A análise léxica das respostas fornecidas pelos estudantes revela uma grande diversidade de motivos pela escolha do curso de Administração, com destaque para as palavras “trabalho”, “curso”, “área”, “mercado”, “atuação” e “profissional”, que ilustram as justificativas, conforme demonstra a figura 1.





alguns modelos a teoria nos ajuda muito na hora de tomar alguma decisão ou analisar o ambiente e mercado”.

Segundo Murari e Helal ( 2009, p. 279 ) “... o estágio, em Administração, é um mecanismo que permite a formação de competências profissionais, e contribui de maneira significativa para a inserção do aluno no mercado de trabalho”.

A fim de identificar o interesse dos alunos pelo aperfeiçoamento profissional procurou-se verificar a realização de cursos durante o período de graduação . Do total de 97 estudantes, 32% não realizaram algum curso. Os cursos de língua estrangeira obtiveram um destaque, sendo realizados por um número grande de estudantes. 58% dos alunos investiram na aprendizagem de uma língua estrangeira. Cada vez mais, o mercado de trabalho exige da maioria dos profissionais, novas qualificações e, aprender uma segunda língua passa a ser uma necessidade básica. O domínio de outro idioma abre portas para o desenvolvimento pessoal, profissional e cultural. Outros cursos citados pelos estudantes foram, cursos de tecnologia, gestão, vendas, licitações, fotografia, arte, mapeamento de processos.

A quinta questão levantou dados sobre a realização de atividade remunerada ao longo da graduação. O percentual de alunos que realizou ou realiza somente estágio é de 22%; 8% não exerceu ou exerce alguma atividade remunerada; 51% desenvolveram atividade como efetivo na área do curso em algum momento da graduação; 16% dos estudantes realizaram ou realizam trabalho efetivo em outra área do curso; Através da análise dos dados verifica-se um direcionamento das atividades dos estudantes para a área da graduação, o que aponta um envolvimento maior com o campo da Administração. O trabalho remunerado na área do curso pode ser relacionado positivamente ao domínio vocacional e a definição de carreira (FIOR, MERCURI, 2003).

Os estudantes foram investigados sobre as fontes de acesso à informação utilizadas para busca de conhecimento extraclasse. Os resultados apontaram os seguintes percentuais: 100 % dos alunos utiliza a “*internet*” como uma das ferramentas; 33% utilizam “*internet e biblioteca*”; 33% consultam “*profissionais da área*”; 23% mencionaram a busca de conhecimentos pelo contato com os “*professores*”; também foram citadas a “*família*”, “*facebook*” e “*imprensa*”. Observa-se que a fonte de acesso mais citada pelos estudantes foi a *internet* . Pinto e Mansfield ( 2012 ) destacam que a geração dos “*Millenials*” não consideram computadores e telefones celulares como acessórios, mas como produtos indispensáveis à vida diária. Segundo os autores, a utilização de novidades tecnológicas é particularmente importante para o segmento de consumidores em idade universitária, a

familiaridade e utilização da mídia digital permite a comunicação contínua e o acesso à informação imediata.

Para complementação das questões referentes à vida acadêmica foi solicitado aos estudantes uma avaliação em relação à dedicação ao curso. Constatou-se que somente 3% dos estudantes consideraram seu desempenho “excelente”, 34% “ótimo”, 60% “regular” e 3% “péssimo”.

Na finalização da parte referente à vida acadêmica, foi abordado o atendimento das expectativas em relação ao curso. Na escala apresentada que tinha variação de 1 à 5, indo de discordo totalmente até concordo totalmente, 6% dos alunos apontou que as expectativas foram totalmente atendidas, enquanto que 2% apontou não atendimento das expectativas. 18% situaram-se no nível 2 da escala; 33% no nível 3 e, 41% no nível 4. Conclui-se que a maior parte dos alunos aponta o atendimento parcial das expectativas em relação ao curso. Pode-se relacionar o nível médio e quase total de atendimento das expectativas em relação ao curso com a primeira questão, que abordou os principais motivos pela escolha, que foram colocação no mercado de trabalho e abrangência do currículo. Esses motivos parecem não depender muito da dedicação ao curso, avaliada como regular, por 60% dos estudantes.

Havendo uma adequada conciliação de tempo e energia aplicada nas atividades por parte dos estudantes, o envolvimento acadêmico e social contribui para a persistência, para fortalecer o compromisso do estudante com o curso, com a instituição, expandindo as possibilidades de integração acadêmica. (ALMEIDA, SOARES, FERREIRA, 2002; MERCURI, POLYDORO, 2003).

### 4.3 CARREIRA

Com o objetivo de identificar fatores relacionados à carreira e à formação como administrador, foram abordadas questões ligadas à preparação profissional.

A primeira questão foi referente à opinião sobre a formação oferecida pelo curso de Administração, 14% dos alunos apontaram como “excelente”, 32% “bom”, 31% “satisfatório”, 19% “regular” e, 4% “deficiente”. Nota-se que a formação oferecida pela Escola de Administração foi considerada boa pela maioria dos estudantes. Estas escolhas se relacionam



professores que ministram aulas...”; “Ser mais empreendedora, menos teórica, mais aplicada e atualizada”.

Como complemento à investigação em relação à formação oferecida pelo curso, questionou-se a capacidade de enfrentar desafios a partir da formação como administrador. A resposta deveria ser escolhida na escala de 1 à 5, com o nível 1 representando “discordo totalmente” até o nível 5 “concordo totalmente”, somente 5% dos estudantes concordam totalmente com a afirmação, 8% discordam totalmente enquanto que, 13% consideraram o nível 2, 38% nível 3 e 35% nível 4 de concordância com a afirmação de se sentirem capacitados para enfrentar os desafios de gestão do mercado.

Percebe-se a relação direta da avaliação por parte dos estudantes, em relação à formação oferecida pelo curso de Administração e a capacidade de enfrentamento dos desafios típicos da profissão.

#### 4.4 IMPORTÂNCIA DA SUSTENTABILIDADE NA VIDA PESSOAL

As questões a respeito da sustentabilidade apontaram percepções dos estudantes sobre consciência ambiental, exigências socioambientais como administrador e sugestões de conteúdos de sustentabilidade para inserção no curso de Administração.

A primeira questão buscou avaliar as percepções dos estudantes acerca da afirmação de melhoria do nível de consciência ambiental no decorrer da graduação. Na escala com uma variação de 1 à 5, com valor 1 correspondente à “discordo totalmente” e 5, “concordo totalmente”, 20% dos estudantes concordaram totalmente com a afirmação, 39% situaram-se no nível 4, 24% no nível 3, 13% no nível 2 de concordância e, 4% discordaram totalmente.

A próxima abordagem fez referência à afirmação de preparação para atuar frente às exigências socioambientais presentes na área de atuação do administrador. Na escala de 1 à 5, com nível 1 “discordo totalmente” e, nível 5 “concordo totalmente”, 11% dos estudantes concordaram totalmente, 35% afirmaram concordância com o nível 4, 33% nível 3, 13% com o nível 2 e, 5% não se sentem totalmente preparados para os desafios de gestão.

As duas questões finais sobre sustentabilidade foram questões abertas.

Os estudantes foram questionados a respeito de suas ações em benefício do meio ambiente. A resposta mais mencionada pelos alunos foi relacionada à separação do lixo,





Oficina 4 e Gestão Sócio Ambiental poderiam ser disponibilizadas antes no currículo para incentivar a discussão sobre o tema mais cedo entre os alunos”.

A sugestão de inserir os conteúdos que abordam as questões ambientais a partir do início do curso, envolvendo estudos de caso e atividades práticas foi presente nas sugestões dos estudantes.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve por objetivo analisar o impacto do ambiente da universidade nas percepções dos estudantes do curso de Administração da UFRGS. Este capítulo tratará das conclusões e considerações finais do estudo.

Cada estudante enfrenta as mudanças e os desafios propostos pela experiência no ensino superior de maneira diferente, levando em conta suas experiências de vida pessoal e acadêmica e a maneira como aproveita as diferentes oportunidades oferecidas no ambiente universitário.

Com base nestas considerações e após análise dos dados coletados através dos questionários, entende-se que as percepções dos estudantes sobre o curso e a vida acadêmica estão diretamente ligadas aos motivos de opção pelo curso de administração. Uma das maiores preocupações é o acesso ao mercado de trabalho, possibilitada também pelo amplo currículo que permite colocações em diferentes áreas. O estágio e o curso de língua estrangeira foram realizados pela maioria dos estudantes, sendo o primeiro considerado importante e complementar às teorias estudadas no curso. De maneira geral, a dedicação ao curso foi avaliada como regular assim como o atendimento das expectativas em relação ao curso, complementando o objetivo principal de colocação no mercado de trabalho. Os estudantes parecem reconhecer que poderiam ter aproveitado melhor as oportunidades oferecidas.

No que diz respeito à percepção dos estudantes à respeito da preparação como profissional, verifica-se uma avaliação de nível médio, por parte dos estudantes, em relação à formação como administrador proporcionada pela Escola de Administração que mencionam a necessidade de professores com mais experiência prática na área.

Considerando a importância da sustentabilidade na vida pessoal e profissional os estudantes apontaram uma melhoria na consciência ambiental no decorrer do curso de graduação assim como a necessidade de inserção dos conteúdos socioambientais desde o início do curso.

A autora considera satisfatórios os resultados desta pesquisa, mas vale ressaltar que, por limitações de participação na pesquisa, não foi possível coletar dados de todos os estudantes matriculados nos semestres 8, 9 e 10 do curso de Administração da UFRGS, o que corroboraria e traria novas contribuições as informações já apresentadas.

## REFERÊNCIAS

- ABDULLAH, Firdaus. **Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF**. *Marketing Intelligence & Planning*. V.24, n. 1, p. 31-47, 2006. Disponível em: <[http://www.ftsm.ukm.my/aishah/paper%20pdf\\_2nd%20education/Firdaus\\_Measuring%20service%20quality%20in%20higher%20education\\_HedPERF%20versus%20SERVPERF.pdf](http://www.ftsm.ukm.my/aishah/paper%20pdf_2nd%20education/Firdaus_Measuring%20service%20quality%20in%20higher%20education_HedPERF%20versus%20SERVPERF.pdf)>. Acesso em: 05 de outubro de 2013.
- ALMEIDA, Leandro; SOARES, Ana Paula C.; FERREIRA, Joaquim A. Questionário de Vivências Acadêmicas (QVA-r): avaliação do ajustamento dos estudantes universitários. *In: Avaliação Psicológica*, Porto Alegre, v.1, n.2, nov. 2002. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1677-04712002000200002&script=sci\\_arttext](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1677-04712002000200002&script=sci_arttext)>. Acesso em: 10 de abril de 2014.
- BARBIERI, José Carlos. A educação e a gestão ambiental em cursos de graduação em administração: objetivos, desafios e propostas. *In: Revista de Administração Pública (RAP)*, Rio de Janeiro, v.38, n.6, p.919-46, Nov./Dez. 2004. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/viewFile/6766/5348>>. Acesso em 04 de junho de 2014.
- BELFIELD, C. R.; BULLOCK, A. D.; FIELDING, A. Graduates' views on the contribution of their higher education to their general development: A retrospective evaluation for the United Kingdom. *In: Research in Higher Education*, v. 40, n.4, August 1999. Disponível em: <<http://link.springer.com/article/10.1023%2FA%3A1018736125097>>. Acesso em: 11 de abril de 2014.
- BENNETT, N., DUNNE, E. CARRÉ, C. **Patterns of core and generic skills provision in higher education**. *Higher Education*, 37, pp.71-93, 1998. Disponível em: <<http://link.springer.com/article/10.1023%2FA%3A1003451727126#page-1>>. Acesso em 08 de abril de 2014.
- BIGGS, J.B. Approaches to the enhancement of tertiary teaching. *In: Higher Education Research and Development*, vol. 8, n.1, pp.7-25, 1989. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0729436890080102>>. Acesso em 08 de abril de 2014.
- BOMTEMPO, Maurício S.; SILVA, Dirceu; FREIRE, Otávio B. D.L. Motivos da escolha do curso de Administração de Empresas por meio da modelagem de equações estruturais. *In: Pretexto*, Belo Horizonte, v. 13, n.3, p. 108-129, julho/setembro 2012.
- BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. Brasília: Ministério da Educação, 1996. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19394.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm)>. Acesso em: 05 de abril de 2014.
- CABRERA, A.F.; CASTAÑEDA, M.B.; NORA, A.; HENGSTLER, R. The convergence between two theories of college persistence. *In: Journal of Higher Education*, v. 63, n.2, mar./abr. 1992. Disponível em: <<http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED326133.pdf>>. Acesso em: 15 de abril de 2014.

COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**; trad. Lucia Simonini. 2.ed. Porto alegre: Bookman, 2005.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. **História da Administração**. Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/administracao/historia-da-profissao>>. Acesso em 10 de abril de 2014.

COSTA, Fernando I. B. Egressos como fonte de informação: Um estudo comparativo do perfil profissional dos graduados dos cursos de Ciências Contábeis, Direito e Serviço Social da Universidade Federal de Santa Catarina. Monografia (Bacharelado em Ciências Contábeis) –Departamento de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis294589.PDF>>. Acesso em: 02 de abril de 2014.

CUNHA, Maria Isabel (et al). Inovações pedagógicas na formação inicial de professores. In: FERNANDES, Cleoni, M. B.; GRILLO, Marlene (Orgs.). **Educação Superior: Travessias e Atravessamentos**. Canoas: Ed. Ulbra, 2001. Disponível em:

<[http://books.google.com.br/books?id=C3iGltLNWkkC&pg=PA33&lpg=PA33&dq=inovações+pedagógicas+na+formação+inicial+de+professores&source=bl&ots=\\_ILHDjWI4l&sig=jKdka4XRIfh3K7ZoNVrfiq4pGvU&hl=pt-BR&sa=X&ei=DENLU-65CJCnsATgw4GAAQ&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=inovações%20pedagógicas%20na%20formação%20inicial%20de%20professores&f=false](http://books.google.com.br/books?id=C3iGltLNWkkC&pg=PA33&lpg=PA33&dq=inovações+pedagógicas+na+formação+inicial+de+professores&source=bl&ots=_ILHDjWI4l&sig=jKdka4XRIfh3K7ZoNVrfiq4pGvU&hl=pt-BR&sa=X&ei=DENLU-65CJCnsATgw4GAAQ&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=inovações%20pedagógicas%20na%20formação%20inicial%20de%20professores&f=false)>. Acesso em: 07 de março de 2014.

DEMO, Pedro. **Desafios modernos da educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.

DIAS, Tânia M. C. Inovações no processo de ensino aprendizagem da administração: interdisciplinaridade X interdisciplinaridade. In: **Encontro Nacional da Associação Nacional de Graduação em Administração**, ANGRAD, 13, 2002, Rio de Janeiro.

Disponível em:

<[http://www.angrad.org.br/\\_resources/files/\\_modules/producao/producao\\_744\\_201212051834228e9c.pdf](http://www.angrad.org.br/_resources/files/_modules/producao/producao_744_201212051834228e9c.pdf)>. Acesso em: 22 de abril de 2014.

DRUCKER, P. A nova sociedade das organizações. In: HOWARD, R. (Org.) **Aprendizado organizacional**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. **Institucional**. Porto Alegre. Disponível em:

<<http://www.ufrgs.br/escoladeadministracao/institucional/escoladeadministracao/>>. Acesso em 21 de abril de 2014.

FIOR, Camila A.; MERCURI, Elizabeth. Formação universitária e flexibilidade curricular: importância das atividades obrigatórias e não obrigatórias. In: **Psicologia da Educação**, São Paulo, v. 29, pp. 191-215, 2º sem. 2009. Disponível em:

<<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psie/n29/n29a10.pdf>>. Acesso em: 06 de junho de 2014.

FRAND, Jason L. The Information Age Mindset: Changes in Students and Implications for Higher Education. In: **EDUCAUSE Review**, v. 35, n. 5, p. 15-24, September/October 2000.

Disponível em: < <https://net.educause.edu/ir/library/pdf/ERM0051.pdf>>. Acesso em: 12 de abril de 2014.

FRIGA, Paul N.; BETTIS, Richard A.; SULLIVAN, Robert S. Mudanças no Ensino em Administração: Novas estratégias para o século XXI. *In: Revista de Administração de Empresas (RAE)*, São Paulo, V. 44, N. 1, Jan-Mar 2004. Disponível em: <[http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590\\_S0034-75902004000100008.pdf](http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75902004000100008.pdf)>. Acesso em: 24 de abril de 2014.

GIBSON, James J. *The Senses Considered as perceptual Systems*. Boston: Houghton Mifflin, 1966.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GREGORY, Richard L. *The Intelligent Eye*. New York: McGraw-Hill, 1971.

IMBERNÓN, F. (Org.) **A educação no século XXI**. Porto Alegre: ARTMED, 2000.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). **Evolução da Educação Superior – Graduação**. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/web/censo-da-educacao-superior/evolucao-1980-a-2007>>. Acesso em: 10 de abril de 2014.

KUH, G.D.; HU, S. The effects of student-faculty interaction in the 1990s. *In: The Review of Higher Education*, v.24, n.3, 2001. Disponível em: <[https://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/review\\_of\\_higher\\_education/v024/24.3kuh.html](https://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/review_of_higher_education/v024/24.3kuh.html)>. Acesso em: 10 de abril de 2014.

MAINARDES, Emerson W.; DOMINGUES, Maria J. Satisfação de estudantes formandos em administração de Joinville/SC com o seu curso e com sua instituição de ensino superior: aspectos relacionados ao mercado de trabalho. *In: Revista eletrônica de Ciência Administrativa*, Campo Largo – PR, v. 9, n. 1, Maio/2010. Disponível em: <<http://revistas.facecla.com.br/index.php/recadm/article/view/607/472>>. Acesso em 22 de abril de 2014.

MATNEY, Malinda M. What is Emerging in Research about Millennials? *In: What's on our Student's Minds*, Division of Student Affairs at the University of Michigan, 2 (3), Fall 2006. Disponível em: <<http://studentlife.umich.edu/research/files/research/WOSMMillennials.pdf>>. Acesso em: 18 de abril de 2014.

MEISTER, Jeanne C.; WILLYERD, Karie. Mentoring Millenials. *In: Harvard Business Review*, Boston (MA)88(5). 2010. Disponível em:< <http://hbr.org/2010/05/mentoring-millennials/ar/1>>. Acesso em: 14 de dezembro de 2013.

MERCURI, E., & POLYDORO, S. A. J. (Orgs.). **Estudante universitário: Características e experiências de formação**. Taubaté: Cabral, 2003.

MOTA, R. O papel da inovação na sociedade e na educação. *In: COLOMBO, S.S. (Org). Desafios da gestão universitária contemporânea*. Porto Alegre: Artmed, 2011.

MURARI, Juliana M. F.; HELAL, Diogo H. O estágio e a formação de competências profissionais em estudantes de administração. *In: Revista Gestão e Planejamento*, Salvador, v. 10, n. 2, p. 262-280, Jul./Dez. 2009. Disponível em:

<[www.spell.org.br/documentos/download/832](http://www.spell.org.br/documentos/download/832)>. Acesso em: 05 de junho de 2014.

OBLINGER, D. Boomers, gen-exers, and millenials: Understanding the new students. *In: Educause Review*, v.38, n.4, July/August 2003. Disponível em:

<<http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ERM0342.pdf>>. Acesso em: 18 de abril de 2014.

PASCARELLA, E.T. Student-faculty informal contact and college outcomes. *In: Review of Educational Research*, v. 50, 1980. Disponível em:

<<http://rer.sagepub.com/content/50/4/545.full.pdf>>. Acesso em: 10 de abril de 2014.

PASCARELLA, E. T.; TEREZINI, P. T. How college affects students: A third decade of research. Vol.2. San Francisco: Jossey-Bass, 2005.

Pesquisa Global Sobre a Geração do Milênio da Telefônica. 2013. Disponível em:

<<http://survey.telefonica.com/pt-br/meet-the-millennials/millennial-leaders/>>. Acesso em 08 de outubro de 2013.

PINTO, Marcelo R.; SALUME, Paula K. Os significados do curso de graduação em administração para jovens alunos trabalhadores. *In: Administração: Ensino e Pesquisa*, Rio de Janeiro, v. 14, n. 32, Jul./Ago./Set. 2013. Disponível em:

<[http://old.angrad.org.br/\\_resources/\\_circuits/article/article\\_1574.pdf](http://old.angrad.org.br/_resources/_circuits/article/article_1574.pdf)>. Acesso em: 22 de abril de 2014.

PINTO, Mary B.; MANSFIELD, Phylis. Facebook as a complaint mechanism: An investigation of millennials. *In: Journal of Behavioral Studies in Business*. v. 5, p. 177-188, Sep. 2012. Disponível em: <<http://www.aabri.com/manuscripts/121226.pdf>>. Acesso em: 05 de junho de 2014.

POLYDORO, S. A. J.; PRIMI, R.; SERPA, M.; ZARONI, M. M. H.; & POMBAL, K. C. P. Desenvolvimento de uma Escala de Integração ao Ensino Superior. *In: Psico-USF (Impr.) Universidade de São Francisco*, Itatiba, vol. 6, n.1, jan./jun. 2001. Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-82712001000100003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-82712001000100003&script=sci_arttext)>. Acesso em: 05 de março de 2014.

PRENSKY, Marc. From Digital Natives to Digital Wisdom. 2011. Disponível em:

<[http://marcprensky.com/writing/Prensky-Intro\\_to\\_From\\_DN\\_to\\_DW.pdf](http://marcprensky.com/writing/Prensky-Intro_to_From_DN_to_DW.pdf)>. Acesso em: 09 de maio de 2014.

PRICE, Christy. Why Don't My Students Think I'm Groovy? *In: The Teaching Professor*, v. 23, n. 7, 2009. Disponível em :

<<http://www.drtonlifvendahl.com/Millennial%20Characturistics.pdf>>. Acesso em: 10 de abril de 2014.

RIVERA, B.; HUERTAS, M. **Millenials: Challenges and implications to higher education**. 2006. Disponível em:

<<http://www.nyu.edu/frn/publications/millennial.student/Challenges%20and%20Implications.html>>. Acesso em: 18 de abril de 2014.

SCHARMER, Otto; KAUFER, Katrin. **Leading from the Emerging Future – From Ego-System to Eco-System Economies**. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc., 2013.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie L. **Comportamento do consumidor**. 6. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SCHLEICH, Ana Lúcia R.; POLYDORO, Soely A. J.; SANTOS, Acácia A. A. Escala de satisfação com a experiência acadêmica de estudantes do ensino superior. *In: Avaliação Psicológica*, Porto Alegre, vol. 5, n. 1, pp. 11-20, 2006. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1677-04712006000100003&script=sci\\_arttext](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1677-04712006000100003&script=sci_arttext)>. Acesso em: 10 de maio de 2014.

SCREEN GENERATION: 5º Dossiê Universo Jovem MTV. 2010. Disponível em: <[http://www.aartedamarca.com.br/pdf/Dossie5\\_Mtv.pdf](http://www.aartedamarca.com.br/pdf/Dossie5_Mtv.pdf)>. Acesso em 17 de abril de 2014.

SHAPIRO, Hanne; HAAHR, Jens H.; BAYER, Ida. **Background Paper on Innovation and Education**. The European Commission, DG Education & Culture in the context of a planned Green Paper on Innovation. Danish Technological Institute: May 2007/revision August 2007. Disponível em: <[http://www.proinno-europe.eu/sites/default/files/Background\\_Paper\\_on\\_Innovation\\_and\\_Education.pdf](http://www.proinno-europe.eu/sites/default/files/Background_Paper_on_Innovation_and_Education.pdf) ec.europa.eu/education/more-information/doc/sustdev\_en.pdf>. Acesso em: 05 de outubro de 2013.

SHETH, J. N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. J. **Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, Jaqueline F.; PINTO, Anamelea C. **Geração C: Conectados em novos modelos de aprendizagem**. VII Brazillian Symposium on Games and Digital Entertainment. Rio de Janeiro, RJ, Brasil, p. 50, Outubro, 8 - 10, 2009. Disponível em: <[http://www.sbgames.org/papers/sbgames09/culture/short/cults11\\_09.pdf](http://www.sbgames.org/papers/sbgames09/culture/short/cults11_09.pdf)>. Acesso em 10 de abril de 2014.

SOUZA, Saulo A.; REINERT, José N. Ensino Superior através da satisfação/insatisfação discente. *In: Revista Avaliação da Educação Superior*, Sorocaba, SP, v. 15, n. 1, Mar. 2010. Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/cpa/periodicos/revista-avaliacao-da-educacao-superior-2010/AVALIACaODEUMCURSODEEDSUP\\_ArtigoRevAval2010\\_v15n1a09.pdf](http://www.ufrgs.br/cpa/periodicos/revista-avaliacao-da-educacao-superior-2010/AVALIACaODEUMCURSODEEDSUP_ArtigoRevAval2010_v15n1a09.pdf)>. Acesso em 10 de abril de 2014.

TAPSCOTT, Don. **Geração Digital**. São Paulo, São Paulo: Macron Books, 1999.

TEIXEIRA, M. P.; GOMES, B. Estou me formando...E agora? Reflexões e perspectivas de jovens formandos universitários. *In: Revista Brasileira de Orientação Profissional*, São Paulo, v. 5, n. 1, jun. 2004. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1679-33902004000100005&script=sci\\_arttext](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1679-33902004000100005&script=sci_arttext)>. Acesso em: 04 de março de 2014.

TINTO, V. Dropout from higher education – Theoretical synthesis of recent research. *In: Review of Educational Research*, v. 45, n.1, Winter 1975. Disponível em: <<http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED078802.pdf>>. Acesso em: 10 de abril de 2014.

TOMIO, Janaina L.; SOUZA, Maria J. B. Satisfação dos alunos de administração com o curso e sua relação com a imagem da IES. *In: Revista de Negócios*, Blumenau, v.13, n.2, 2008. Disponível em: < <http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/1002/842>>. Acesso em 22 de abril de 2014.

TYLER, Travis. **Defining Millennials: Strategies for Understanding & Teaching a New Generations of Students**. Twenty-Fifth Annual Ford Forum. Eckerd College. Florida, 2012. Disponível em:< <http://www.eckerd.edu/academics/ford/Ford%20Forum/2012.php>>. Acesso em: 10 de outubro de 2013.

UNESCO. Declaração mundial sobre educação superior no século XXI: visão e ação. Piracicaba: UNIMEP, 1998. Disponível em: <<http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Direito-a-Educação/declaracao-mundial-sobre-educacao-superior-no-seculo-xxi-visao-e-acao.html>> Acesso em: 10 de outubro de 2013.

WALTER, Silvana A.; TONTINI, Gerson; DOMINGUES, Maria J. C. S. Análise da satisfação do aluno para melhoria de um curso de administração. *In: Revista de Administração FACES Journal*, Belo Horizonte, v. 5, n. 2, mai./ago. 2006. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/index.php/facesp/article/download/73/70>>. Acesso em: 22 de abril de 2014.

YADAV, Kundan K. **A Study on Consumer Perception about Life Insurance**. Guru Jambheshwar University of Science & Technology. Hisar, Índia, 2011. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/64541303/“A-STUDY-ON-CONSUMER-PERCEPTION-ABOUT-LIFE-INSURANCE”>>. Acesso em 24 de abril de 2014.

## ANEXO A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

### Percepções sobre o curso e a vida acadêmica na Escola de Administração da UFRGS

Este questionário tem por objetivo analisar o impacto do curso e do ambiente da universidade nas percepções dos estudantes das etapas 8, 9 e 10 do curso de Administração da UFRGS.

Algumas afirmações tem como alternativas a numeração de 1 à 5, marque a melhor opção de acordo com o seu grau de concordância com a frase, sendo que 1 significa um MENOR grau de concordância e 5 um MAIOR grau de concordância.

#### a. Sexo

Masculino  
Feminino

#### b. Idade

18 - 20 anos  
21 - 23 anos  
24 - 26 anos  
mais de 27 anos

### VIDA ACADÊMICA

**1. Qual foi o principal motivo da escolha pelo curso de Administração?**

**2. Você participou de alguma atividade acadêmica oferecida durante o período de graduação? Qual?**

Não participei  
Estágio  
Eventos Científicos (Congressos, palestras,..)  
Bolsa de Iniciação Científica  
Outro:

**3. Caso tenha realizado estágio. Qual foi a colaboração do estágio para a sua formação profissional?**

**4. Durante o período de graduação, você realizou algum curso de aperfeiçoamento profissional?**

Não  
Língua Estrangeira.  
Outro:

**5. Você exerce atividade remunerada ao longo da graduação?**

Estágio  
 Emprego efetivo, na área do curso  
 Emprego efetivo, em outra área  
 Não  
 Outro:

**6. Quando você busca conhecimentos extraclasse, quais as fontes de acesso à informação que você utiliza?**

Biblioteca  
 Internet  
 Professores  
 Profissionais da área  
 Outro:

**7. Como você avalia a sua dedicação no curso de Administração?**

Excelente  
 Ótima  
 Regular  
 Péssima

**8. Até o momento, as suas expectativas referentes ao curso foram atendidas.**

	1 2 3 4 5		
Discordo totalmente			Concordo totalmente

## **CARREIRA**

**9. Qual a sua atual opinião sobre a formação oferecida pelo curso de Administração da UFRGS?**

Excelente  
 Bom  
 Satisfatório  
 Regular  
 Deficiente

**10. Caso a sua resposta na questão anterior seja regular ou deficiente, aponte os pontos a serem melhorados.**

**11. "Segundo Otto Scharmer, professor do Massachusetts Institute of Technology (MIT), empresas que querem se destacar terão que aprender com o futuro e inovar pensando não só em seus públicos, mas em todo o sistema em que estão inseridas. Ele defende, que para serem mais criativos e inovadores, indivíduos e organizações precisam adotar outra maneira de aprender: uma que busca referências no futuro à medida em que ele vai surgindo." Fonte: Revista Exame**

A partir de sua formação como administrador na UFRGS, você se sente capacitado para enfrentar os novos desafios de gestão.

	1 2 3 4 5		
Discordo totalmente			Concordo totalmente

**IMPORTÂNCIA DA SUSTENTABILIDADE NA VIDA PESSOAL**

**12. Seu nível de consciência ambiental melhorou no decorrer do curso de graduação.**

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente				Concordo totalmente		

**13. Você se sente preparado para atuar frente às exigências socioambientais presentes na área de atuação do administrador.**

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente				Concordo totalmente		

**14. O que você faz em benefício do meio-ambiente?**

**15. O que você sugere para uma maior inserção dos conteúdos socioambientais no curso de Administração?**