

PROFESSORA, QUEREMOS MENOS AULAS PRÁTICAS!

Luciana Padovez Cualheta¹
Altair Camargo²

Resumo: Este caso de ensino tem como objetivo discutir o a fronteira entre teoria e prática em cursos de empreendedorismo e, também, a quebra de paradigma na forma de ensino do empreendedorismo em relação a cursos de graduação tradicionais, notadamente com aulas expositivas e teóricas. O caso conta a história de Nicolle, uma professora do curso de Administração que passa a lecionar, em um programa de extensão, disciplinas de Empreendedorismo para alunos do Instituto de Informática. Baseada em estudos relacionados a ensino e aprendizagem empreendedora, Nicolle monta seus planos de aulas baseando-se na aprendizagem pela experiência, teoria *effectuation* e com poucos momentos de aulas teórico-expositivas. Apesar de grande parte dos alunos aprovarem o curso, uma parcela dos estudantes criticou a forma como as aulas estavam sendo conduzidas, afirmando que aprenderiam mais com um maior número de leituras e exposição da teoria.

Palavras-chave: Ensino de empreendedorismo. Aprendizagem pela experiência. *Effectuation*. Motivação de alunos.

1 INTRODUÇÃO

Nicolle estava radiante com a nova oportunidade. Em sua curta carreira acadêmica, acabara de ser chamada para ministrar um curso piloto de empreendedorismo, uma de suas paixões. Apesar do enorme desafio – as atividades incluíam, além da docência, o planejamento e gestão do curso – ela aceitou prontamente o convite.

Desde as primeiras reuniões com seus coordenadores para a formulação do curso, Nicolle lembrou de seus cursos de ensino de empreendedorismo e resolveu que elaboraria um plano para o curso repleto de aulas práticas, ação e o mínimo de teoria. Afinal, como o curso era destinado a potenciais empreendedores, Nicolle esperava que os alunos teriam maior facilidade para aprender com a experimentação e não com a leitura de artigos científicos ou livros didáticos.

Desta forma, usando conceitos da teoria *effectuation* e de empreendedorismo enquanto método, planejou aulas com muitas dinâmicas, participação ativa dos estudantes, ação e vivência, com poucas aulas expositivas. Porém, após os dois primeiros encontros, surgiram as queixas dos alunos: “onde está a teoria?”; “como aprender sem livros?”; “queremos mais aulas expositivas”.

¹ Mestranda em Administração pelo PPGADM/UFG. lu_padovez@yahoo.com.br.

² Mestrando em Administração pelo PPGADM/UFG. altaircamargo@gmail.com.

A partir do *feedback* inicial, Nicolle passou a refletir: será mesmo que a melhor forma de aprendizagem dessa turma seria por meio das aulas expositivas? Como ensinar empreendedorismo apenas com teoria? Até que ponto seria possível mesclar teoria e prática para atender os objetivos educacionais do curso?

2 CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1 PROFESSORA POR PAIXÃO

Nicolle tem 26 anos e há quatro anos terminou sua graduação em Administração. Sempre se interessou por docência e não hesitou em fazer a inscrição para o processo seletivo da primeira turma de mestrado em Administração da Universidade Federal de Goiás (UFG).

Enquanto cursava o segundo semestre do mestrado, um conjunto de fatores levou à primeira grande oportunidade em busca de seu sonho: Nicolle foi convidada para ser professora do curso de graduação da UFG como voluntária. Prontamente aceitou o convite, mesmo sabendo que demandaria muito de seu tempo.

Mesmo sem receber salário, Nicolle quis fazer a diferença. Planejava suas aulas de maneira que os estudantes tivessem um papel ativo e reflexivo tanto durante os encontros quanto ao longo das atividades extraclasse. Nicolle mesclava as aulas expositivas com apresentações de casos reais, visitas técnicas e trabalhos com observação participante. Devido aos seus estudos independentes e aprendizados no mestrado sobre melhores formas de motivar e engajar alunos, Nicolle atingiu os objetivos educacionais naquele primeiro semestre como docente. A professora acreditava que ver o aprendizado dos alunos ao longo do semestre compensavam seu esforço e disponibilidade de tempo.

Devido a seu destaque reconhecido por alunos e professores naquele semestre como voluntária, Nicolle foi convidada para assumir um projeto de extensão universitária, chamado Empreendendo na Universidade, no qual ela seria responsável pelo planejamento, gestão, elaboração dos planos de aula e, também, pela docência. Ela estava extremamente feliz por ser reconhecida como uma boa professora e pelo convite recebido.

2.1 EMPREENDENDO NA UNIVERSIDADE

O projeto Empreendendo na Universidade se iniciou com um problema observado na incubadora tecnológica da UFG. Uma das funções da incubadora é promover o empreendedorismo na universidade, porém o único produto oferecido era a incubação. Para que uma pessoa conseguisse vaga na incubadora, era necessário passar por um edital de seleção que envolvia a elaboração de um plano de negócios, ou seja, os empreendedores precisavam de ter um projeto em um estágio mínimo de desenvolvimento. Desta forma, um problema constatado era que a incubadora recusava os alunos – potenciais empreendedores – que a procuravam para desenvolver uma ideia de negócio.

Assim, o Empreendendo na Universidade surgiu com a proposta de ser uma pré-incubação: os indivíduos que gostariam de ter uma empresa passariam por um curso de um ano para desenvolver suas capacidades empreendedoras e amadurecer ideias de negócios. O curso seria dividido em dois módulos, um em cada semestre. No primeiro módulo, os encontros seriam sobre criatividade, competências empreendedoras, identificação e avaliação de oportunidades, *canvas* e *pitch*. Essas matérias foram pensadas desta forma para que, no final do primeiro módulo, os alunos tivessem começado a amadurecer uma ideia de negócio. O segundo módulo seria formado por matérias como *design thinking*, *lean startup*, plano de negócios e linhas de financiamento. O objetivo é que os alunos já saíssem do curso com um negócio um pouco mais estruturado e com pelo menos um protótipo do produto ou serviço.

Por se tratar de um projeto piloto, com vagas limitadas, escolheu-se que o curso seria destinado prioritariamente a pessoas ligadas ao Instituto de Informática da Universidade, unidade da qual, historicamente, surge um grande número de empreendedores. O curso é voluntário e para ser admitido no Empreendendo na Universidade era necessário: (1) formar uma equipe entre 3 e 5 pessoas; (2) pelo menos metade dos membros das equipes deveriam ser do Instituto de Informática (alunos, professores ou técnicos-administrativos); (3) passar por um processo seletivo, que consistia na exposição oral da provável ideia de negócio a ser desenvolvida no primeiro módulo. A divulgação do curso foi feita por meio de redes sociais, cartazes, boca-a-boca e palestras, com Nicolle tomando a frente dessas ações.

2.2 O PLANEJAMENTO DO CURSO

Desde as primeiras reuniões com os idealistas do projeto, foi definido que o Empreendendo na Universidade teria aulas dinâmicas, lúdicas, cheias de atividades práticas, baseado em conceitos de empreendedorismo enquanto método, proposto por Neck e Greene (2011). Foi pedido a Nicolle que utilizasse o conceito de *lean startup* para todo o planejamento do curso, ou seja, estimular a construção de produtos ou serviços, avaliar se o que foi feito pode levar os empreendedores ao sucesso pretendido e aprender tanto com a elaboração do produto tanto com a avaliação.

Nicolle ficou satisfeita pelo curso ter sido idealizado desta forma, visto que, assim, estaria relacionado com seu método de aula para as turmas de graduação. Contando com a ajuda dos idealizadores do projeto, de professores mais experientes de empreendedorismo, de colegas de mestrado e de outros empreendedores que conhecia de sua rede de relacionamentos, Nicolle preparou os planos de aulas com atividades tais como as apresentadas no Quadro 1.

Nome da atividade	Execução	Objetivos educacionais
Folha de autógrafos	Os alunos deveriam descobrir quem, na sala, realizava determinadas atividades e colher uma assinatura dessas pessoas	Estimular os alunos a se conhecer; estimular o contato com pessoas até então desconhecidas.
Criando com limites	Os participantes deveriam criar uma propaganda de rádio para vender produtos, porém com limitação de palavras.	Estimular a criatividade; promover a interação entre os alunos; quebra de paradigmas.
Criação e venda de produto	Em duas horas, os alunos deveriam fazer algum produto usando garrafas PET e vendê-lo.	Estimular a criatividade; incentivar o aluno a trabalhar em equipes com recursos escassos; permitir que o aluno tenha contato com o mercado.
<i>Brainstorming</i>	Separados em grupos, os alunos deveriam criar ideias de produtos relacionados com palavras ditas pela professora.	Ter contato com o <i>brainstorming</i> ; estimular a geração de ideias por meio de ideias de outros membros da equipe.

Quadro 1: Atividades propostas por Nicolle para o Empreendendo na Universidade

Fonte: Elaborado pelos autores

Agindo com atividades assim, Nicolle imaginaria estar estimulando competências empreendedoras de seus alunos, de forma mais didática do que, por exemplo, se estivesse apresentando os conceitos teóricos de criatividade, pro-atividade ou trabalho em equipe. O curso também foi planejado considerando empreendedorismo como um “estilo de vida”. Para o Empreendendo na Universidade, o empreendedorismo não era a criação de empresa, mas sim um comportamento que busca fazer coisas novas, sempre pensado em ir além das ideias, ou seja, a ação deve estar envolvida nas atividades empreendedoras. Desta forma, Nicolle estimularia também o empreendedor social, o aluno empreendedor, o intraempreendedorismo ou o cidadão empreendedor.

Duas semanas se passaram desde o início da divulgação e o final do planejamento do curso. Neste período, vinte e uma equipes se inscreveram para o Empreendendo na Universidade, totalizando oitenta e oito alunos, incluindo estudantes, técnicos e professores da UFG e, também, membros externos da universidade. Apesar da aparente diversidade, a maior parte dos alunos do curso eram estudantes de graduação em seus primeiros períodos de

faculdade, matriculados em cursos relacionados da área de informática. Como percebido nas entrevistas realizadas antes do início do curso, esses alunos gostavam de passar seu tempo livre jogando em seus computadores e *smartphones* e estavam no curso com o objetivo de montar negócios baseados nesses interesses.

Devido à procura pelo Empreendendo na Universidade ter sido superior ao esperado, foram abertas duas turmas, uma na terça e outra na quarta-feira, e cada módulo do projeto contaria com oito encontros de quatro horas para cada turma. Por se tratar de um projeto piloto, também foi decidido que, ao final de cada conteúdo apresentado (um ou dois encontros), os alunos escreveriam um *feedback* de forma anônima para que se pudesse avaliar o andamento do curso, aproveitamento dos estudantes e efetuar possíveis correções do planejamento. Assim, em maio de 2015 se inicia o Empreendendo na Universidade.

2.3 OS PRIMEIROS ENCONTROS: CRIATIVIDADE

Com base na literatura e no que aprendera tanto na vida de empreendedora quanto na de estudante de Administração, Nicolle sabia que a criatividade é um conceito primordial e está presente com muita frequência no dia-a-dia do empreendedor. Assim, os dois primeiros encontros do Empreendendo na Universidade seriam relacionados a este tema.

Após uma apresentação de como seria o andamento do curso, nos dois primeiros encontros (de 4 horas cada) foram feitas atividades práticas relacionadas a quebra de paradigmas, trabalho em equipe, inovação, foco em resultados e técnicas de estímulo à criatividade. Com a certeza de que um empreendedor precisa estar atento a informações além do mundo no qual ele está habituado, Nicolle propositalmente não fez uma ligação direta da criatividade com as atividades que os alunos do Instituto de Informática estão habituados: programação em computadores. Afinal, ela sabia que a vida de empreendedor não é só fazer aquilo que gosta: ele precisa ser multifuncional, trabalhando com gestão de pessoas, finanças, divulgação dos produtos e, especialmente, ser criativo para lidar com problemas e desafios.

A maior parte dos alunos gostou das atividades, mas alguns não entenderam por que, por exemplo, alguém que gostaria de criar uma empresa precisava colher autógrafos de quem realizava algumas atividades (atividade “Folha de autógrafos”, descrita no Quadro 1). Ao final dos dois primeiros encontros, alguns alunos questionaram quando Nicolle iria falar sobre planos de negócios, *minimum viable product*, pivotação ou outros termos esperados em um curso de empreendedorismo. Impacientes, cinco alunos desistiram do curso após as aulas relacionadas a criatividade.

2.4 AS CRÍTICAS: O PLANEJAMENTO FOI ERRADO?

Apesar de ter recebido muito elogios e percebido o entusiasmo no rosto de vários alunos, uma parte da turma parecia não entender o sentido das aulas sendo ministradas daquela forma. Nicolle, sempre preocupada com a aprendizagem de todos os seus alunos,

estava ansiosa para ler os primeiros *feedbacks* e tentar entender por que uma parcela dos alunos não estava aproveitando o curso como o esperado. Para sua surpresa, esses alunos gostariam de mais teoria sobre empreendedorismo ou, na percepção deles, aprenderiam mais assim, conforme relatado por eles:

“Senti falta de mais aulas teóricas. Acredito que se possa adquirir mais conhecimento sobre empreendedorismo com aulas mais aprofundadas sobre os conceitos de empreendedorismo”.

“Antes de trabalhar o módulo, poderia se fazer uma apresentação e definição dos conceitos para situar melhor a turma no contexto”.

“Estou gostando da programação do curso, no entanto acredito que as aulas práticas deveriam ser dadas após as teóricas”.

“A primeira aula de criatividade eu acho que foi muito desfocada, não consegui absorver muito conhecimento”.

“Ponto negativo: foco muito grande na prática e teoria deixada um pouco de lado”.

“Acho que, pela forma como o curso foi proposto, com um foco maior na prática, tenha se perdido um pouco na parte teórica de criatividade”.

Após conhecer a impressão desse grupo de alunos sobre o curso, Nicolle se deu conta que estava lidando com uma turma completamente diferente da que estava acostumada a trabalhar até então, graduandos do curso de Administração, ávidos por aulas práticas. Assim, foi conversar com professores do Instituto de Informática para saber como atingir esses alunos.

Em conversa com o professor Jurandir, com muitos anos de experiência em docência para graduandos de cursos de computação, ouviu que “para esses alunos, o lúdico é programar. Eles são muito inteligentes e criativos, mas se você quiser atrair a atenção deles, deve colocá-los na frente de um computador”. Nicolle entendia que o argumento fazia sentido, visto o perfil da turma – que passa suas horas livres realizando alguma atividade no computador. Porém, a professora não conseguia pensar uma forma de trabalhar com esses alunos em uma sala de aula sem computadores. Além disso, um dos objetivos do curso era

mostrar que, para ser um empreendedor, é necessário ter uma visão holística do negócio, e não apenas focar no produto – no caso, a programação de aplicativos.

Outra professora, também do Instituto de Informática e que estava participando do Empreendendo na Universidade como aluna, vendo as angústias de Nicolle, tentou mostrar a realidade daqueles alunos: “eles estão acostumados, em toda a graduação, a ver a teoria antes da prática. Este curso aqui está sendo uma quebra de paradigma em todos os sentidos”.

Por meio dos *feedbacks* dos alunos e da troca de ideias com os professores e da consequente constatação de que um grupo de alunos poderia ter dificuldades na aprendizagem conforme o curso estava sendo conduzido, Nicolle percebeu que precisaria adaptar suas próximas aulas. Por outro lado, grande parte da turma elogiou tudo que havia sido feito. Desta forma, como Nicolle poderia adaptar as aulas para poder atender as reclamações de um pequeno grupo de alunos e ainda manter a qualidade elogiada pela maior parte da turma? Será que Nicolle deveria ter feito as primeiras atividades relacionando a criatividade com as tarefas habituais dos alunos, para depois expandir o conceito? Como atender os desejos dos alunos que preferem aulas predominantemente teóricas?

3 NOTAS DE ENSINO

Esta seção é destinada ao professor que for utilizar este caso de ensino como ferramenta educacional em suas aulas, não devendo ser apresentada previamente aos alunos. Dividida em cinco subseções, este tópico aborda as possibilidades de aplicação do caso, seus objetivos educacionais, a fonte dos dados utilizados para a redação do trabalho e possíveis questões, com direcionamento de análise, para serem discutidas em sala de aula.

3.1 POSSIBILIDADES DE APLICAÇÃO

Este caso de ensino pode ser utilizado ao longo de disciplinas de graduação e pós-graduação relacionadas à educação, em especial à educação empreendedora.

3.2 OBJETIVOS EDUCACIONAIS

Identificar e discutir alternativas para motivação e engajamento de alunos em sala de aula.

3.3 FONTE DOS DADOS

Os dados foram coletados por meio de observação participante ao longo do processo de planejamento e execução do projeto Empreendendo na Universidade e, também, por *feedbacks* fornecidos por escrito pelos alunos do curso após encontros presenciais.

3.4 QUESTÕES PARA ANÁLISE E DISCUSSÃO

As questões a seguir poderão ser utilizadas pelo professor para discutir os elementos apresentados neste caso de ensino. As possíveis alternativas e soluções para as questões são apresentadas na seção 3.5, enquanto a discussão teórica sobre os temas tratados estão expostos no item 4 deste trabalho.

- 1) Como a professora pode conciliar as atividades práticas, conforme o planejado, com a teoria demandada pelos alunos?
- 2) Como fazer para que a quebra de paradigma na forma de ensino não desmotive os alunos?
- 3) Como fazer os alunos entenderem que empreendedorismo não é ensinado como uma disciplina lógica e exata, da forma que eles estão habituados?

3.5 POSSÍVEIS ALTERNATIVAS E SOLUÇÕES PARA AS QUESTÕES DO CASO

Esta seção apresenta possíveis respostas para as questões propostas. O objetivo é que sejam utilizadas pelo professor para fomentar a discussão em sala de aula acerca da conciliação de atividades práticas com teoria; quebra de paradigma na forma de ensino; e entendimento do ensino do empreendedorismo.

1) Uma das formas de inserir as atividades práticas seria a professora fazer uma preparação dos alunos para os objetivos educacionais daquela tarefa. O educador pode apresentar a tarefa, o que se deseja atingir ao realizar aquelas ações aparentemente fora de contexto dos alunos, o que é esperado que os alunos aprendam com aquela atividade e como este aprendizado pode ser replicado em outras situações de suas vidas. Nesta apresentação, o professor pode, ainda, apresentar alguns tópicos da teoria ou, ainda, mostrar como a atividade ajudou outros empreendedores em suas atividades cotidianas.

2) Um dos objetivos educacionais de um curso de empreendedorismo é quebrar paradigmas, ou seja, mostrar aos alunos que imprevistos acontecem, que às vezes é necessário assumir riscos e se adaptar às novas situações. Uma questão de adaptação pode ser apresentada justamente na forma que um conteúdo é ministrado e nas várias possibilidades de aprendizado com as situações apresentadas. Porém, para não causar tanta ansiedade ou desmotivar os alunos diante de uma mudança tão abrupta na forma que eles têm aulas, uma introdução gradual de novas atividades pode ser útil. Por exemplo, poderia se iniciar o curso conhecendo alguma atividade prática do cotidiano dos alunos – no caso dos estudantes do

Instituto de Informática, com programação – e mostrando aspectos do empreendedorismo que podem ser aprendidas daquela atividade. Outra alternativa seria usar simulações e jogos no ambiente virtual de situações relacionadas a comportamentos empreendedores ou abertura de empresas para que os alunos aprendessem de forma prática, mas em contato com o mundo com o qual são habituados – o virtual.

3) A apresentação de casos reais pode ser útil para mostrar aos estudantes que não existe um caminho certo para o sucesso quando se trata de empreendedorismo. O uso de práticas típicas da teoria *effectuation* e do ensino de empreendedorismo enquanto método podem ser valiosos, desde que bem aplicados pelo docente. Esse tipo de atividade deve ser acompanhada de uma seção posterior de prática reflexiva para que os alunos consigam entender o quanto aprenderam realizando a ação. Talvez a grande falha da docente tenha sido em não conseguir gerar a reflexão necessária nos alunos para que eles compreendessem seu aprendizado.

4 REVISÃO DE LITERATURA E ANÁLISE

Esta seção apresenta uma breve revisão de literatura sobre ensino do empreendedorismo e engajamento e motivação de alunos em sala de aula, com o objetivo de dar suporte teórico e apresentar referências aos professores que utilizarão este caso de ensino em sala de aula.

4.1 ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

O interesse pelo empreendedorismo como opção de carreira e a busca por cursos nessa área tem se intensificado nos últimos anos, não apenas em escolas tradicionalmente focadas em negócios, mas também em áreas como engenharia, informática, artes, direito, agronomia, etc. (RIDEOUT; GRAY, 2013). Katz (2003) aponta que os cursos de empreendedorismo aumentaram de forma exponencial desde a década de 80, com uso de metodologias diversas. Neck e Greene (2011) apresentam quatro diferentes abordagens para o ensino de empreendedorismo.

A primeira delas – Empreendedorismo enquanto características do empreendedor – é uma abordagem descritiva com foco nos traços psicológicos do empreendedor. Por meio da observação, descrição e mensuração são identificadas características comuns dos empreendedores (NECK; GREENE, 2011), tais como necessidade de realização, capacidade de correr riscos, *locus de controle interno*, e tolerância à ambiguidade (SHANE; VENKATARAM, 2000). Os alunos passam a se comparar com esse modelo ideal criado em sala de aula, podendo aumentar o seu senso de pertencimento ao grupo ou gerar frustrações por não se identificar com os traços apresentados. Costuma-se utilizar aulas expositivas e palestras com empreendedores convidados como método de ensino (NECK; GREENE, 2011).

A segunda abordagem apresentada por Neck e Greene (2011) é a de Empreendedorismo enquanto processo. Trata-se de uma abordagem preditiva, cujo foco amplia-se da pessoa do empreendedor para a sua relação com a oportunidade e a criação de empresas (SHANE; VENKATARAM, 2000). Outros conceitos passam a ganhar atenção, como mercado de capitais, alocação de recursos, desempenho, crescimento, etc. Nessa perspectiva, o empreendedorismo é visto como previsível e possível de ser planejado, sendo os principais métodos de ensino os estudos de caso e planos de negócios (NECK; GREENE, 2011).

Ainda nesse contexto, surge a abordagem do Empreendedorismo enquanto processo cognitivo, focada no processo de tomada de decisão do empreendedor (NECK; GREENE, 2011). Busca-se entender como os empreendedores usam modelos mentais para conectar informações, fazer julgamentos, avaliar oportunidades e decidir acerca da criação de novos negócios (MITCHELL et al, 2002). Os métodos de ensino mais usados nessa abordagem são estudos de caso e simulações (NECK; GREENE, 2011).

A grande limitação da abordagem por processos é tratar o empreendedorismo como algo preditivo e linear. Empreendedorismo é complexo e caótico. Então, desponta a perspectiva de Empreendedorismo como método, considerando que os ambientes são imprevisíveis e multidimensionais. O foco passa a ser “fazer” ao invés de “estudar”, pois o verdadeiro aprendizado de empreendedorismo só vem com a prática (NECK; GREENE, 2011).

Nesse contexto, os professores devem colocar seus alunos de empreendedorismo em contato com o mundo que estão estudando e compartilhar essas experiências com eles para que sejam realmente significativas (VANEVENHOVEN, 2013). São sugeridas quatro metodologias de ensino: (1) Criação de um novo negócio (2) Jogos e simulações que expõe os alunos a desafios reais em um ambiente virtual (3) *Design-based learning*, capacitando os alunos para utilizar ferramentas do design para lhes auxiliar a criar oportunidades e entender melhor o mercado e (4) Prática reflexiva, promovendo a reflexão para gerar conhecimento e aprofundar o que foi aprendido (NECK; GREENE, 2011).

4.2 ENGAJAMENTO E MOTIVAÇÃO DOS ALUNOS EM SALA DE AULA

Autores têm apresentado duas formas de motivação de estudantes em sala de aula. A primeira, motivação intrínseca, está relacionada ao envolvimento com alguma coisa por ela ser interessante, geradora de satisfação, envolvente sem que a pessoa motivada receba uma recompensa externa por se envolver com aquilo. A motivação extrínseca está ligada à execução de alguma tarefa em resposta a algo externo, como a obtenção de recompensas ou objetivando o reconhecimento de outras pessoas. Há evidências de que, na educação tradicional, a motivação intrínseca facilita a aprendizagem e o desempenho, pois o aluno tem maior concentração nas instruções, é proativo na busca de novas informações e se esforça

para unir os novos conhecimentos com seus conhecimentos prévios (GUIMARÃES; BZUNECK; SANCHES, 2002).

Em cursos de educação empreendedora, de modo geral, há aqueles alunos com motivações intrínsecas – abrir um negócio ou ser empreendedor dentro de suas empresas, por exemplo – e aqueles com motivações extrínsecas – buscam receber o diploma no final do curso. Considerando estas duas situações, há indícios de que aqueles alunos com motivações intrínsecas terminam os cursos de empreendedorismo com frustração maior do que aqueles com motivações extrínsecas. Isso ocorre porque o aluno entra no curso acreditando que, ao final dele, terá plenas condições de abrir um novo negócio ou de colocar sua ideia em prática, com relativo sucesso e, de forma geral, isso não acontece. Já o aluno motivado extrinsecamente atinge seu objetivo ao final do curso, ou seja, conquista o diploma de conclusão (GUIMARÃES; BZUNECK; SANCHES, 2002).

Além de ter motivações diferentes, os alunos aprendem de maneiras diferentes e carregam uma bagagem de conhecimentos e vivências anteriores que influenciam na sua forma de interagir com o ensino de empreendedorismo. Da mesma forma, professores têm experiências e afinidades com disciplinas distintas, mais facilidade para ensinar determinados conteúdos e redes de recursos variadas, afetando os resultados de cada programa de educação empreendedora (VANEVENHOVEN, 2013). Para que os objetivos educacionais sejam atingidos, em especial quando se trata de aprendizagem empreendedora, entender as razões pelas quais o estudante entrou no curso é importante e os professores devem planejar seus cursos de acordo com o perfil de cada turma (HYTTI et al., 2010), além de fazer uma auto-avaliação para saber se estão aptos a ministrar aquele curso.

BIBLIOGRAFIA UTILIZADA E RECOMENDADA

CHANG, J.; BENAMRAOUI, A.; RIEPLE, A. Learning-by-doing as an approach to teaching social entrepreneurship. **Innovations in Education and Teaching International**. 2013.

DUVAL-COUILLET, N.; GOTCH, C. M.; YI, S. The characteristics and motivations of contemporary entrepreneurship students. **Journal of Education for Business**, v. 98, n. 8, 2014.

FIET, J. O. The theoretical side of teaching entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 16, 2000.

GUIMARÃES, S. E. R.; BZUNECK, J. A.; SANCHES, S. F. Psicologia educacional nos cursos de licenciatura: A motivação dos estudantes. **Psicologia Escolar e Educacional**, v. 6, n. 1, 2002.

Organizadores:



ANEGEPE
Associação Nacional de Estudos
em Empreendedorismo e Gestão
de Pequenas Empresas

Realizadores:



GUIMARÃES, S. E. D.; BORUCHOVITCH, E. O Estilo Motivacional do Professor e a Motivação Intrínseca dos Estudantes: Uma Perspectiva da Toeira da Autodeterminação. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 17, n. 2, 2004.

HYTTI, U.; STENHOLM, P.; HEINONEN, J.; SEIKKULA-LEINO, J. Perceived learning outcomes in entrepreneurship education: The impact of student motivation and team behaviour, **Education + Training**, v. 52, n. 8/9, 2010.

KATZ, J. A. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education. **Journal of Business Venturing**, v. 18, p. 283-300, 2003.

LEAL, E. A.; MIRANDA, G. J.; CARMO, C. R. S. Teoria da autodeterminação: Uma análise da motivação dos estudantes do curso de Ciências Contábeis. **Revista de Contabilidade e Finanças**, v. 24, n. 62, 2013.

MITCHELL, R. K. BUSENITZ, L. LANT, T. McDOUGALL, P. P. MORSE, E. A. SMITH, J. B. Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 93-104, 2002.

NECK, H. M. GREENE, P. G. Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. **Journal of Small Business Management**, v. 49, n°1, p. 55-70, 2011.

MUYLDER, C. F.; DIAS, A. T.; OLIVEIRA, C. L. Is it possible to teach entrepreneurship? Comparative analysis with Brazilian students. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 37, 2013.

RIDEOUT, E. C.; GRAY, D. O. Does Entrepreneurship Education Really Work? A Review and Methodological Critique of the Empirical Literature on the Effects of University-Based Entrepreneurship Education. **Journal of Small Business Management**, v. 51, n. 3, 2013.

SHANE, S. VENKATARAM, S. The promise of Entrepreneurship as field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

TRIVEDI, R. H. Entrepreneurship, its conceptualization and teaching in business schools: Management lecturers' perspective. **South Asian Journal of Management**, v. 20, n. 1, 2013.

VANEVENHOVEN, J. Advances and Challenges in Entrepreneurship Education. **Journal of Small Business Management**, v. 51, n° 3, p. 466-470, 2013.

VERGARA, S. C. Repensando a relação ensino-aprendizagem em Administração: Argumentos teóricos, práticas e recursos. **Organização & Sociedade**, v. 10, n. 28, 2003.

WADHWANI, R. D. How entrepreneurship forgot capitalism: Entrepreneurship teaching and research in business schools. **Society**, v. 49, n. 3, 2012.

Organizadores:



ANEGEPE
Associação Nacional de Estudos
em Empreendedorismo e Gestão
de Pequenas Empresas

Realizadores:

