

TECNOLOGIAS DIGITAIS APLICADAS AO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO.

Franca /SP Maio/2016

Eva Susana Soares de Oliveira - Universidade de Franca - eva.oliveira@unifran.edu.br

Gleison Luís Araújo - Universidade de Franca - gleison.araujo@unifran.edu.br

Carmen Lúcia Tozzi Mendonça Conti - Universidade de Franca - carmen.conti@unifran.edu.br

Alessandra Aparecida Campos - Universidade de Franca - alessandra.campos@unifran.edu.br

Carlos Fernando de Araújo Junior - Universidade de Franca - carlos.araujo@cruzeirosul.edu.br

Tipo: RELATO DE EXPERIÊNCIA INOVADORA (EI)

Categoria: MÉTODOS E TECNOLOGIAS

Setor Educacional: EDUCAÇÃO SUPERIOR

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo possibilitar sucinta reflexão sobre a pesquisa realizada na Universidade de Franca sobre as Tecnologias Digitais aplicadas ao Ensino Superior - Empreendedorismo. Percebeu-se a necessidade de proporcionar aos discentes novas possibilidades de interação no processo ensino-aprendizagem que rompessem com o universo reduzido da sala de aula. Na busca por soluções apropriadas que disseminassem as novas metodologias e alternativas de aprendizado, foram selecionados os alunos do quarto semestre do curso de Administração para aplicação do projeto piloto Tecnologias Digitais no Ensino Superior, através da disciplina Empreendedorismo. Por meio da pesquisa, na qual foi utilizada a metodologia Kano, foi possível concluir que o uso da plataforma Blackboard é um atributo atrativo, a caminho de tornar-se neutro. O uso de vídeos orientativos é um atributo obrigatório. No quesito materiais didáticos on-line ou impresso, o grupo se dividiu: 50% dos discentes preferem material impresso e 50% material on-line - apesar disso é percebido como atributo atrativo. As disciplinas bem ilustradas e com vídeos interativos é um atributo unidimensional: se utilizado é atrativo, se não utilizado, reverso. Acessar uma disciplina on-line e o sistema entrar exatamente no local em que estava quando foi acessada pela última vez, é quesito obrigatório.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Tecnologias digitais; Kano

INTRODUÇÃO

Este artigo faz parte do processo de reflexão proposto pela pesquisa realizada na Universidade de Franca sobre as Tecnologias Digitais aplicadas ao Ensino Superior.

Em consequência das alterações propostas pelas novas matrizes curriculares, em 2014/1 e, ainda, a inclusão de vinte por cento de disciplinas *on-line* e trinta por cento de disciplinas optativas; notoriamente percebeu-se a necessidade de proporcionar aos discentes novas possibilidades de interação no processo ensino-aprendizagem que rompessem com o universo reduzido da sala de aula. Assim sendo, na busca por soluções apropriadas que disseminassem novas metodologias e alternativas de aprendizado, observou-se que o Grupo Cruzeiro do Sul possui, inseridas na Plataforma *Blackboard*, diversas disciplinas já elaboradas e notadamente constituídas que podiam ser utilizadas pelos discentes dos mais diversos cursos oferecidos pela instituição, para complementar seus estudos acadêmicos.

Notou-se, ao mesmo tempo, que a Universidade de Franca dispõe de uma quantidade de computadores que atende mais que satisfatoriamente as demandas dos discentes, bem como um eficiente sistema de transmissão de dados que acolhe as exigências legais. Decidiu-se, portanto, pela utilização desses recursos como facilitadores no processo ensino-aprendizagem, visando à eficácia da implementação de novas metodologias ativas nos cursos presenciais.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O estudo teve como objetivos específicos verificar o impacto do uso de novas tecnologias digitais no processo ensino-aprendizagem no Ensino Superior, especificamente na disciplina Empreendedorismo; Criar um Núcleo de Estudos em Empreendedorismo físico e virtual; Complementar os conteúdos propostos pela Matriz Curricular do Curso de Administração - Presencial, e, sobretudo, despertar e estimular o espírito empreendedor nos discentes do curso de Administração no momento da pesquisa e futuramente nos discentes de outros cursos disponibilizados pela Instituição de Ensino.

METODOLOGIA

Inicialmente fez-se um levantamento dos conteúdos disponíveis sobre a disciplina Empreendedorismo na Plataforma *Blackboard*. Posteriormente foi feita a seleção e complementação do conteúdo. Em seguida, todo o material foi organizado e disponibilizado para os discentes selecionados, via plataforma supracitada, para este Projeto Piloto, mediante uma prévia apresentação, *in loco*, realizada pela coordenação do curso e professor responsável pelo projeto.

O projeto foi encaminhado e aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade de Franca. Participaram deste projeto alunos da 4ª semestre do curso de Administração da Universidade de Franca, que cursavam a disciplina de Estudo Dirigido no 2º semestre de 2015. Portanto, através da disciplina Estudo Dirigido o conteúdo de Empreendedorismo foi disponibilizado na plataforma *Blackboard*, devidamente avaliado e registrado. O total de alunos matriculados no semestre era cerca de 100.

Todos os alunos foram esclarecidos sobre o projeto, e aqueles que aceitaram participar da

pesquisa, aproximadamente 50% dos discentes, deram o aceite no termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE).

Após serem informados sobre os objetivos, os alunos se comprometeram a participar ativamente do projeto, ou seja, assistir e realizar as atividades da disciplina *on-line Projeto Tecnologias Digitais aplicadas ao Ensino Superior - Empreendedorismo*, disponibilizada na plataforma *Blackboard*.

Após a conclusão das atividades propostas pela disciplina *on-line*, os acadêmicos receberam um questionário (baseado no modelo de Kano de 05 níveis) contendo questões pertinentes a sua prática com as tecnologias digitais.

A metodologia de KANO, SERAKU, TAKAHASHI, TSUJI, (1984) sobre a qualidade de serviços tem sido utilizada como modelo em muitas pesquisas científicas e mercadológicas para a avaliação de um determinado atributo e ou satisfação do cliente/usuário.

Segundo KANO, SERAKU, TAKAHASHI, TSUJI, (1984), uma característica importante deste modelo é a classificação dos atributos de serviços ou produtos em: obrigatórios, unidimensionais, atrativos, neutros e reversos.

Atributos básicos, ou obrigatórios: são aqueles atributos indispensáveis em um produto ou serviço, ou seja, o cliente os tem como garantidos, são pré-requisitos, e se estes não estiverem presentes causarão insatisfação. No entanto, se estiverem presentes não trarão satisfação. Exemplo: limpeza do restaurante.

Atributos unidimensionais: são aqueles atributos exigidos pelos clientes, sendo que eles têm impacto na satisfação e na insatisfação. Desta forma, quando os atributos têm desempenho inferior a expectativa do cliente, eles causam insatisfação e quando excedem a expectativa geram satisfação. Exemplo: consumo de combustível, o carro gasta muito combustível gera insatisfação, se é muito econômico gera satisfação.

Atributos atrativos: são aqueles que atraem o cliente e podem gerar sua retenção e fidelização. Quando existentes eles encantam o cliente, mas se eles não existem não são percebidos, ou seja, não geram satisfação. Exemplo: sobremesa gratuita. Não obstante, com o tempo um atributo atrativo pode se tornar básico ou obrigatório, ou seja, no caso de muitos restaurantes oferecerem sobremesa gratuita.

Atributos reversos: são aqueles atributos que quando presentes em um produto ou serviço causam insatisfação. Exemplo: televisão em restaurante, no caso de clientes que não gostam de comer com a televisão ligada. Entretanto para os amantes do futebol, este mesmo atributo pode representar um atrativo em dias de jogos.

Atributos neutros: são atributos que não causam satisfação e nem insatisfação.

Nota-se, portanto, a importância da pesquisa com público-alvo, já que um atributo que para um cliente é atrativo, para outro o mesmo atributo pode ser reverso. De maneira que é fundamental ouvir o cliente.

CRITÉRIOS DE INCLUSÃO

Foram incluídos no estudo os alunos devidamente matriculados na disciplina de Estudo Dirigido, do 4ª semestre do curso de Administração da Universidade de Franca, no ano de 2015, que aceitaram participar do projeto.

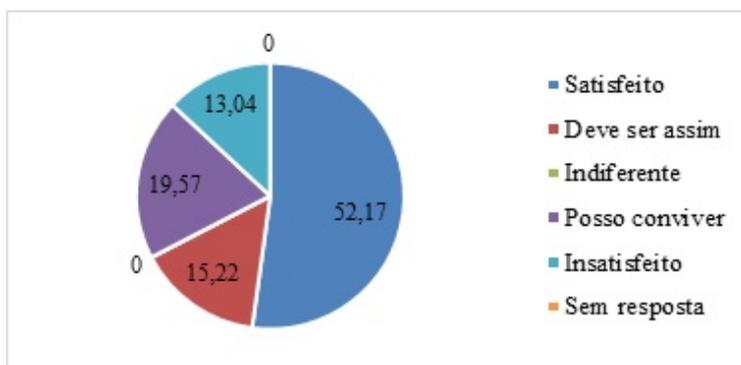
CRITÉRIOS DE EXCLUSÃO

Foram excluídos do estudo os alunos que se recusaram a participar do projeto, ou que não responderam adequadamente ao questionário proposto e/ou não realizaram atividades propostas.

CONCLUSÕES DO ESTUDO

Na primeira questão funcional, os discentes foram questionados sobre como era utilizar uma plataforma *Blackboard* para o estudo *on-line* e conforme demonstra o gráfico abaixo, aproximadamente 52% dos alunos pesquisados afirmam estar satisfeitos.

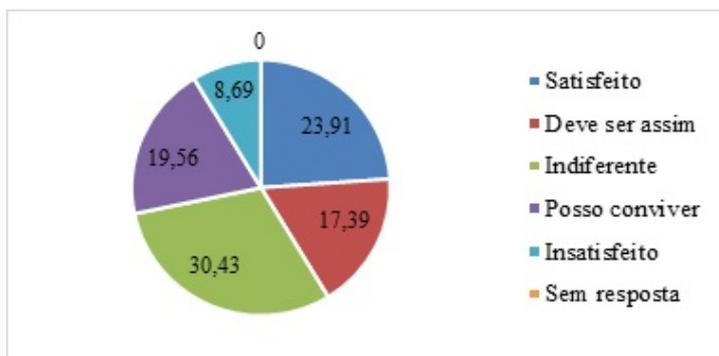
Gráfico 01:



Fonte: Elaboração própria.

Já na primeira questão disfuncional, os discentes foram questionados sobre como seria realizar um estudo *on-line* fora de uma plataforma *Blackboard* e conforme demonstra o gráfico, embora 24% dos discentes afirmam estar satisfeitos, mais de 50% se dizem indiferentes, que podem conviver ou insatisfeitos.

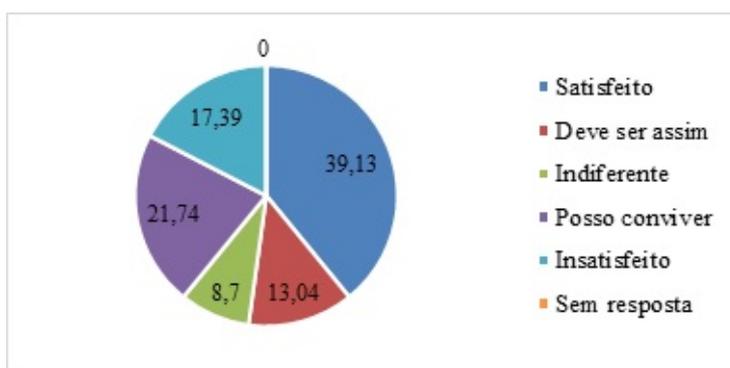
Gráfico 02: Realizar um estudo *on-line* fora de uma plataforma.



Fonte: Elaboração própria.

Na segunda questão funcional os discentes foram questionados sobre como era estudar *on-line* com orientações por meio de vídeos - mais de 50% dos discentes optaram por “satisfeitos” e “deve ser assim”.

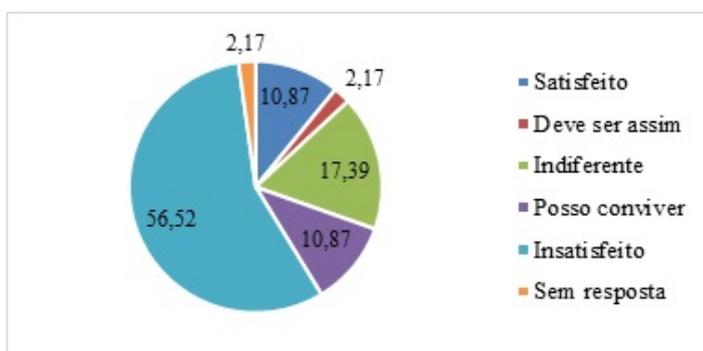
Gráfico 03: Estudar *on-line* com orientações por meio de vídeos?



Fonte: Elaboração própria.

Na segunda questão disfuncional os discentes foram questionados sobre como era estudar *on-line* sem vídeos orientativos e quase 57% afirmaram estar insatisfeitos.

Gráfico 04: Estudar *on-line* sem vídeos orientativos?

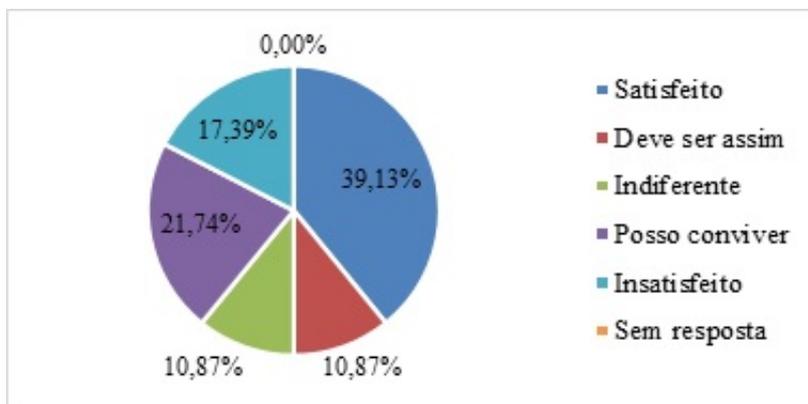


Fonte: Elaboração própria.

Na terceira questão funcional os discentes foram questionados sobre como era estudar por meio

de materiais didáticos disponibilizados *on-line* - 50% dos discentes optaram por “satisfeitos” e “deve ser assim”.

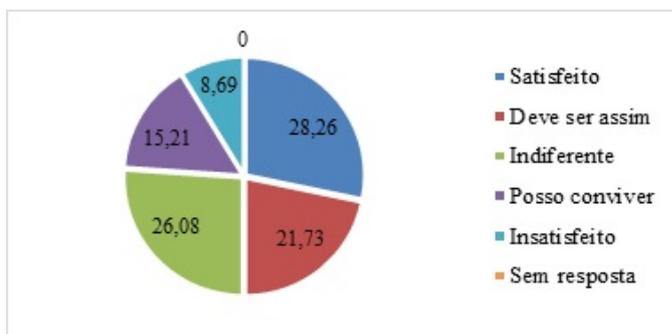
Gráfico 05: Estudar por meio de materiais didáticos disponibilizados *on-line*?



Fonte: Elaboração própria.

Na terceira questão disfuncional os discentes foram questionados sobre como era estudar por meio de materiais didáticos impressos - do mesmo modo, 50% dos alunos optaram por “satisfeitos” e “deve ser assim”.

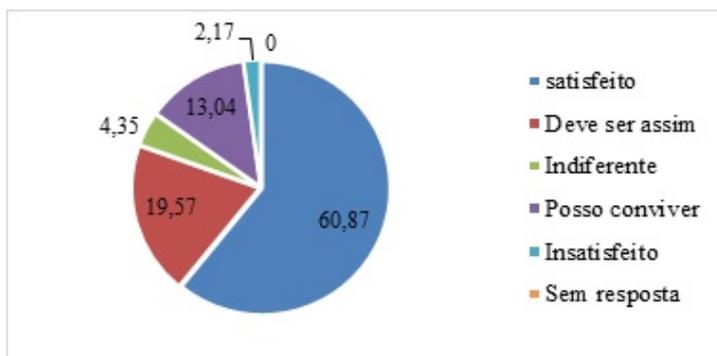
Gráfico 06: Estudar por meio de materiais didáticos impressos?



Fonte: Elaboração própria.

Na quarta questão funcional os discentes foram questionados sobre como era entrar em uma disciplina *on-line* e perceber que ela está bem ilustrada e com vídeos demonstrativos - 81% dos discentes optaram por “satisfeitos” e “deve ser assim”.

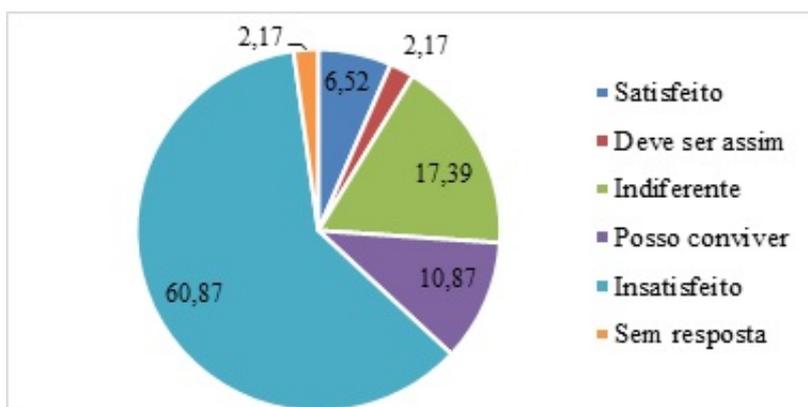
Gráfico 07: Entrar em uma disciplina *on-line* e perceber que ela está bem ilustrada e com vídeos demonstrativos?



Fonte: Elaboração própria.

Na quarta questão disfuncional os discentes foram questionados sobre como era entrar em uma disciplina *on-line* e encontrar apenas textos sem ilustrações e vídeos - quase 61% dos discentes optaram por “insatisfeitos”.

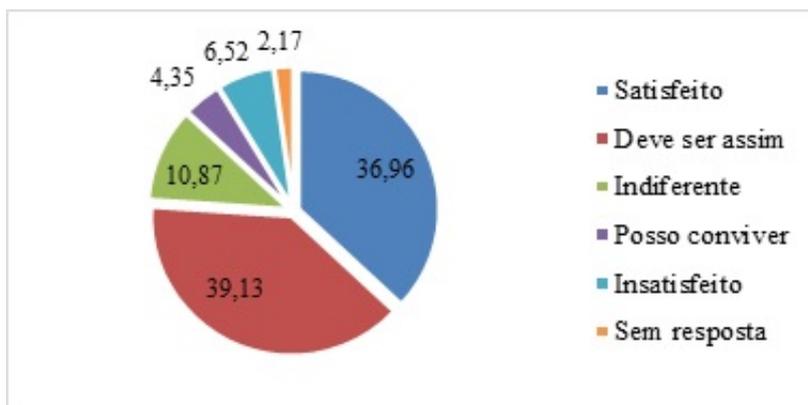
Gráfico 08: Entrar em uma disciplina *on-line* e encontrar apenas textos sem ilustrações e vídeos?



Fonte: Elaboração própria.

Na quinta questão funcional os discentes foram questionados sobre como era acessar uma disciplina *on-line* e imediatamente o sistema entra, exatamente, no local em que estava quando foi acessada pela última vez - 76% dos discentes optaram por “satisfeitos” e “deve ser assim”.

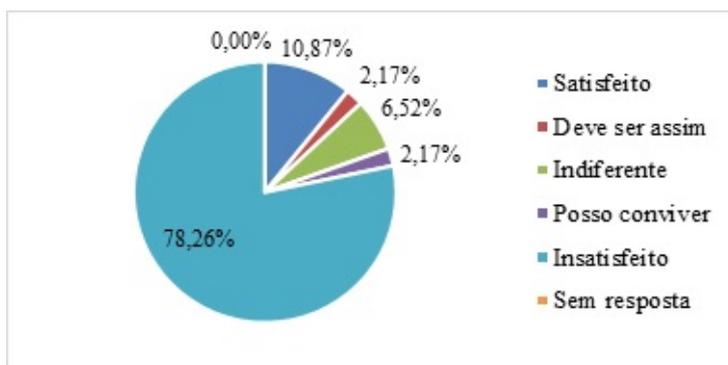
Gráfico 09: Acessar uma disciplina *on-line* e imediatamente o sistema entra, exatamente, no local em que estava quando acessou pela última vez?



Fonte: Elaboração própria.

Na quinta questão disfuncional os discentes foram questionados sobre como era acessar uma disciplina *on-line* e perceber que algo foi modificado depois do seu último acesso e que teria que realizar a tarefa novamente - mais de 78% dos discentes optaram por “insatisfeitos”.

Gráfico 10: Acessar uma disciplina *on-line* e perceber que algo foi modificado depois do seu último acesso e terá que realizar a tarefa novamente?



Fonte: Elaboração própria.

Segundo a metodologia de Kano, o primeiro atributo que se refere ao *uso da plataforma* encontra-se em atributo atrativo, contudo muito próximo de neutro, de maneira que é possível deduzir que, em curto espaço de tempo, esse atributo poderá deixar de ser um atrativo e tornar-se neutro.

Com relação ao quesito *orientação através de vídeos*, observa-se no gráfico (resultado modelo Kano) que ele se encontra em atributo obrigatório, contudo, a posição em que se encontra, indica que provavelmente no passado constituía um atributo unidimensional, ou seja, quando bem utilizado representava um atrativo e quando mal utilizado tornava-se reverso.

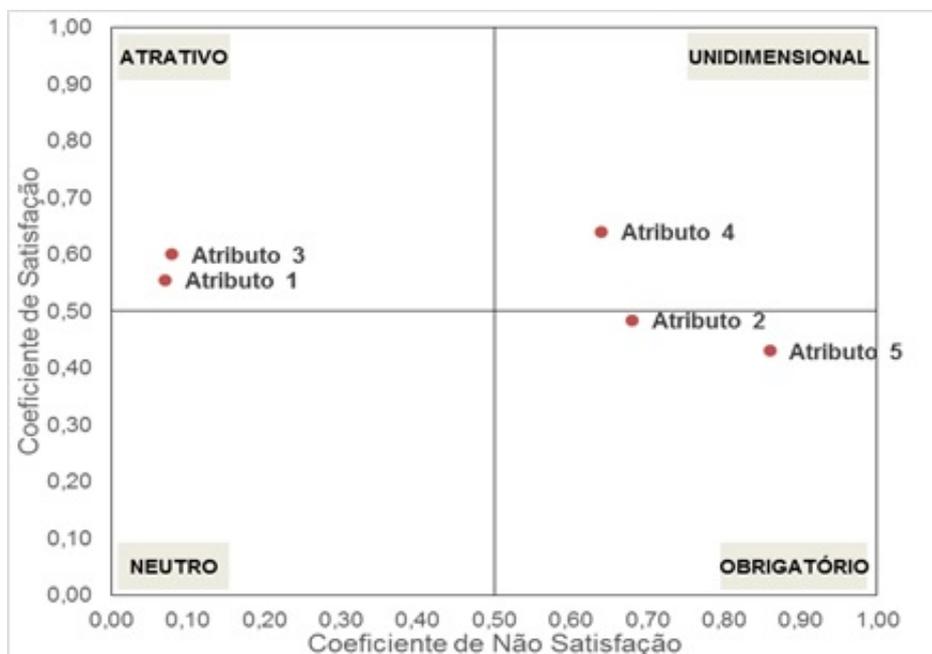
O quesito material *on-line* ou impresso, os discentes se dividiram, ou seja, 50% dos alunos estão satisfeitos com o material impresso e os outros 50% estão satisfeitos com o material *on-line*. Pode ser que no passado os discentes preferissem o material impresso, contudo na atualidade talvez já estejam adaptados às leituras *on-line*.

O quesito disciplina com ilustrações e vídeos foi classificado como atributo unidimensional, ou seja, se a disciplina está bem ilustrada e com vídeos torna-se um atributo atrativo, se não está

torna-se um atributo reverso.

E no último quesito, *acesso imediato sem perdas*, é atributo obrigatório, e, ter que refazer atividades na plataforma pode ser considerado um atributo reverso.

Gráfico 11 : Resultados segundo o Modelo Kano



Atributo 1: Uso da plataforma

Atributo 2: Orientação vídeos

Atributo 3: Material didático *on-line* ou impresso

Atributo 4: Disciplina com ilustrações e vídeos

Atributo 5: Acesso imediato sem perdas

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso da plataforma *Blackboard* demonstra agradar em torno de cinquenta 50% dos alunos e segundo Kano é um atributo atrativo, contudo a caminho de tornar-se neutro. Quando questionados sobre os vídeos orientativos fica evidente que os alunos gostam dos vídeos quando utilizados e ficam insatisfeitos quando não utilizados, para Kano é um atributo obrigatório, é possível que no passado tenha sido unidimensional.

Com relação aos materiais didáticos *on-line* ou impresso o grupo se dividiu: o que leva a dedução de que em torno de metade dos alunos realizam os seus estudos *on-line* enquanto que a outra metade ainda prefere o material impresso, o que para Kano ainda é um atributo atrativo; já as disciplinas bem ilustradas e com vídeos interativos agradam mais de 80% dos alunos, no entanto, disciplina apenas com textos desagrada mais de 60% dos discentes, o quesito é, segundo Kano, unidimensional, ou seja, se utilizado é atrativo, se não utilizado reverso; quanto a acessar uma disciplina *on-line* e o sistema entrar exatamente no local em que estava quando foi acessada pela

última vez representa satisfação e deve ser assim para quase 80% dos pesquisados e, confirmando este mesmo resultado, a questão disfuncional demonstra que se algo for modificado depois do último acesso causará insatisfação na mesma medida, para Kano é um quesito obrigatório ou reverso.

É importante acrescentar que, diferentemente do que se acreditava no início das pesquisas, os alunos demonstraram dificuldades com as tecnologias digitais e que é necessário prosseguir com as pesquisas para compreender melhor como utilizar cada vez mais e das mais diferentes maneiras as tecnologias digitais no processo ensino-aprendizagem, bem como no desenvolvimento de discentes mais ativos neste processo.

Referências

BESSANT, John. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009. E-book.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4 ed. Baueri, SP: Manole, 2012. E-book.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Person Prentice Hall, 2009. E-book.

FISK, Peter. **O Gênio dos negócios**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KANO, N., SERAKU, N., TAKAHASHI, F., TSUJI, S. Attractive quality and must-be quality. **Journal of the Japanese Society for Quality Control**. v. 14, n. 2, p. 39-48. 1984.

LENZI, Fernando César [et al.]. **Talentos inovadores na empresa: como identificar e desenvolver empreendedores corporativos**. Curitiba: InterSaberes, 2012. E-book.

Maximiano, Antonio Cesar Amaru. **Empreendedorismo: bibliografia universitária** Pearson. São Paulo: Person Prentice Hall, 2012. E-book.

Razzolini Filho, Edelvino. **Empreendedorismo: dicas e planos de negócios para o século XXI**. Curitiba: InterSaberes, 2012. (Série Plano de Negócios). E-book.

TONTINI, Gérson. **Como identificar atributos atrativos e obrigatórios para o consumidor**. [s.d.] Disponível em: . Acesso em: 15 jan. 2016.

ZAVADIL, Paulo Ricardo. **Plano de negócios: uma ferramenta de gestão**. Curitiba: InterSaberes, 2013. (Série Plano de negócios). E-book.