



## ACÇÕES PEDAGÓGICAS PARA PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO NOS ESTUDANTES DO ISPPM

### PEDAGOGICAL ACTIONS FOR THE PROMOTION OF ENTREPRENEURSHIP AMONG ISPPM STUDENTS

Inovel Martinez Varela <sup>1\*</sup> ; Yensy Lazára Rodriguez Gonzalez <sup>2</sup> ; Ines Gonzalez  
Corrales <sup>3</sup> 

<sup>1</sup> Instituto Superior Politécnico Privado de Menongue, Cubango-Angola. <sup>2</sup> Instituto Superior Politécnico Privado de Menongue, Cubango-Angola. Instituto Superior Politécnico Privado de Menongue, Cubango-Angola<sup>3</sup>

\* Email para correspondência: [martinezinovel@gmail.com](mailto:martinezinovel@gmail.com) ; [yensyrg2020@gmail.com](mailto:yensyrg2020@gmail.com) ; [inesb@infomed.sld.cu](mailto:inesb@infomed.sld.cu)

#### RESUMO

O empreendedorismo tem-se afirmado como uma competência essencial para o desenvolvimento pessoal, social e económico dos indivíduos, especialmente no contexto do ensino superior. Esta investigação tem como objetivo apresentar ações pedagógicas eficazes para a promoção do empreendedorismo nos estudantes do Instituto Superior Politécnico Privado de Menongue (ISPPM), procurando fomentar uma cultura empreendedora que contribua para a inovação, autonomia e inserção profissional dos alunos. A metodologia adotada foi de natureza mista, combinando abordagens quantitativas e qualitativas. Foram aplicados questionários a 100 estudantes e realizadas entrevistas semiestruturadas a 10 docentes, com o intuito de identificar o grau de interesse, envolvimento e preparação dos alunos em

#### ABSTRACT

a. Entrepreneurship has emerged as an essential skill for the personal, social, and economic development of individuals, especially within the context of higher education. This research aims to present effective pedagogical actions to promote entrepreneurship among students at the Instituto Superior Politécnico Privado de Menongue (ISPPM), seeking to foster an entrepreneurial culture that contributes to innovation, autonomy, and professional integration. A mixed-method approach was adopted, combining quantitative and qualitative methods. Questionnaires were administered to 100 students, and semi-structured interviews were conducted with 10 lecturers, in order to assess students' interest, involvement, and preparedness

relação ao empreendedorismo, bem como recolher sugestões sobre práticas pedagógicas facilitadoras. Os resultados preliminares indicam uma lacuna significativa na integração de conteúdos e metodologias empreendedoras nas práticas pedagógicas regulares. Contudo, revelaram-se algumas iniciativas pontuais promissoras, como a realização de feiras académicas, oficinas de ideias de negócio, e a introdução de projetos interdisciplinares com foco em soluções inovadoras para problemas locais. Conclui-se que a promoção do empreendedorismo exige uma abordagem holística e sistemática, que inclua formação docente, adaptação curricular, parcerias com o setor empresarial e a criação de ambientes de aprendizagem mais ativos e colaborativos. As ações pedagógicas propostas neste estudo pretendem contribuir para o fortalecimento das competências empreendedoras dos estudantes e para a consolidação do ISPPM como um espaço promotor de inovação e desenvolvimento sustentável.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Ações pedagógicas

regarding entrepreneurship, as well as to gather suggestions for effective pedagogical practices. Preliminary results indicate a significant gap in the integration of entrepreneurial content and methodologies into regular teaching practices. However, some promising isolated initiatives were identified, such as academic fairs, business idea workshops, and the introduction of interdisciplinary projects focused on innovative solutions to local challenges. It is concluded that the promotion of entrepreneurship requires a holistic and systematic approach, including teacher training, curricular adaptation, partnerships with the business sector, and the creation of more active and collaborative learning environments. The pedagogical actions proposed in this study aim to strengthen students' entrepreneurial skills and position ISPPM as a driving force for innovation and sustainable development.

**Keywords:** Entrepreneurship  
Pedagogical actions

## Introdução

Texto O desenvolvimento de habilidades empreendedoras entre estudantes universitários tornou-se um dos dois principais focos de políticas educacionais e iniciativas pedagógicas em nível global. Em um cenário econômico e social cada vez mais dinâmico, o fomento ao empreendedorismo nas universidades tem se mostrado fundamental para a formação de indivíduos inovadores, capazes de contribuir para o desenvolvimento de suas comunidades e



para a construção de soluções criativas para os desafios contemporâneos. O empreendedorismo, entendido como a capacidade de identificar oportunidades, assumir riscos e gerar valor, é uma competência fundamental que pode ser cultivada a partir do ambiente acadêmico.

A relevância de ações pedagógicas voltadas à promoção do empreendedorismo nas universidades decorre, portanto, do potencial dessas ações em criar ambientes propícios à inovação e à tomada de decisões estratégicas. A formação acadêmica tradicional, muitas vezes focada em conhecimentos teóricos, não é suficiente para atender às demandas do mercado de trabalho, que exige duas competências práticas profissionais: adaptabilidade e visão empreendedora. Nesse sentido, a integração de atividades pedagógicas voltadas ao desenvolvimento de competências empreendedoras nos currículos universitários tem sido amplamente discutida (Baron & Shane, 2019; Frese & Gielnik, 2018).

### **Fundamentação da Problemática**

O problema que este estudo aborda é o distanciamento entre a teoria tradicional ensinada nas universidades e a realidade do mercado de trabalho, que exige um perfil profissional mais flexível e inovador. Existem diversas abordagens pedagógicas que visam o desenvolvimento de competências empreendedoras, a eficácia da sua implementação e a real contribuição das mesmas para a promoção do empreendedorismo nos nossos alunos, que apenas foram exploradas na literatura. O fato de muitas universidades ainda não incorporarem práticas pedagógicas que estimulem o empreendedorismo em sua totalidade leva a um questionamento sobre quais são as metodologias e estratégias mais eficazes para promover esse tipo de aprendizagem.

A falta de programas e ações pedagógicas efetivas nos ambientes universitários também está relacionada à falta de conhecimento sobre as melhores formas de integrar os conceitos de empreendedorismo nos currículos e nas atividades extracurriculares. Segundo Soth (2020), embora o empreendedorismo seja considerado uma competência essencial para futuros profissionais, muitos estudantes ainda possuem uma formação predominantemente teórica, ou que limita sua capacidade de aplicar conceitos empreendedores na prática.

O objetivo deste estudo é apresentar ações pedagógicas eficazes para a promoção do empreendedorismo entre estudantes do ISPPM.

Diversos estudos abordam a importância de ações pedagógicas voltadas ao empreendedorismo no contexto universitário, destacando as abordagens teóricas e práticas que vêm sendo implementadas nas instituições de ensino superior. Segundo Volery e Mueller (2018), as

universidades têm se conscientizado cada vez mais da importância de incorporar o empreendedorismo em seus currículos, buscando formas de incentivar a inovação e a criação de novos negócios entre seus alunos. Essas abordagens incluem a promoção de cursos focados em empreendedorismo e a realização de competições de startups e incubadoras universitárias, que buscam incentivar a atividade empreendedora e dar suporte a estudantes que desejam iniciar seus próprios negócios.

Por outro lado, um estudo de Gielnik, Frese e Kapp (2017) sugere que a eficácia das ações pedagógicas de empreendedorismo depende não apenas da existência de programas de ensino, mas também de como os alunos se envolvem nesses programas. Para estes, o ensino prático, que simula situações reais do mercado de trabalho, como a criação de planos de negócios e protótipos de startups, tem mostrado resultados mais promissores no desenvolvimento de competências empreendedoras, em comparação com abordagens predominantemente teóricas. Essa perspectiva é corroborada por autores como Baron e Shane (2019), que destacam a importância de programas educacionais que, além de fornecer conhecimento teórico, estimulem os alunos à experimentação ou ao empreendedorismo de forma prática.

A relevância da integração dessas metodologias não superiores também é discutida por St-Jean (2021), que sugere que a aprendizagem de habilidades empreendedoras deve ser um processo contínuo e multidimensional, envolvendo tanto a formação acadêmica quanto a experiência prática. Nesse contexto, a atividade pedagógica deve ser estruturada de forma a proporcionar uma experiência rica e completa, que permita ao aluno não só compreender os conceitos de empreendedorismo, mas também aplicá-los em diferentes contextos.

### **Pertinência da Pesquisa**

A pesquisa é relevante por fornecer uma análise crítica das estratégias pedagógicas que têm sido utilizadas para promover o empreendedorismo entre estudantes universitários. A importância deste estudo reside no fato de que a implementação efetiva de programas de empreendedorismo pode resultar no desenvolvimento de competências que não só potencializam as capacidades profissionais dos estudantes, mas também contribuem para o fortalecimento da economia local e regional, promovendo o surgimento de novos empreendedores e empresas inovadoras.

Além disso, na ausência de um consenso sobre as melhores práticas pedagógicas para o ensino do empreendedorismo, bem como na escassez de estudos que integrem teoria e



prática eficaz, reforça a necessidade de uma pesquisa que possa oferecer subsídios para o desenvolvimento de programas educacionais mais eficazes. A relevância do estudo reflete-se, portanto, na sua capacidade de compreender esta

lacuna, oferecendo insights sobre como as universidades podem estruturar suas atividades pedagógicas para maximizar o impacto do ensino do empreendedorismo.

## **Material e Métodos**

A metodologia adotada para este estudo busca integrar abordagens teóricas e empíricas, visando uma análise abrangente de atividades pedagógicas para a promoção do empreendedorismo em estudantes universitários. A seguir, apresento detalhes sobre os métodos teóricos e empíricos utilizados para atingir os objetivos da pesquisa.

### **Tipo de Pesquisa**

A pesquisa é descritiva e exploratória, com foco em ações pedagógicas voltadas ao empreendedorismo em instituições de ensino superior. O objetivo principal é descobrir as práticas pedagógicas que visam promover o empreendedorismo, além de explorar como os alunos percebem essas iniciativas e como essas ações impactam suas competências empreendedoras.

### **Métodos Teóricos**

O método teórico utilizado consiste em uma ampla revisão bibliográfica sobre empreendedorismo, ou ensino de empreendedorismo em ambientes universitários e as metodologias pedagógicas aplicadas para promover essas competências. Analisamos estudos recentes (dois dos últimos 10 anos) que tratam da implementação de programas educacionais voltados ao empreendedorismo, identificando as melhores práticas, os modelos de ensino e as abordagens mais eficazes. Além disso, revisamos os principais conceitos de empreendedorismo, competências empreendedoras e a relação entre formação acadêmica e prática empresarial, com base em autores como Drucker (2014), Santos (2017) e Gibb (2013), entre outros.

### **Métodos Empíricos**

O método empírico utilizado nesta pesquisa é quantitativo, por meio da aplicação de um questionário estruturado a uma amostra de 150 alunos do ISPPM, de diferentes cursos de graduação, como Psicologia, Economia Gerencial, Direção, Engenharia da Computação e Comunicação Social. Este questionário foi desenvolvido para coletar dados sobre o conhecimento dos alunos sobre empreendedorismo, sua participação em atividades pedagógicas, a avaliação da eficácia dessas ações e sua intenção de aplicar o empreendedorismo em suas futuras carreiras profissionais.



## **Técnicas de Pesquisa**

Para a coleta de dados, foi utilizada a técnica de questionário, que foi distribuído aos alunos presencialmente e online. O questionário foi composto por perguntas

- Datados e em escala Likert, permitindo uma análise quantitativa dos dados obtidos. Então abordaremos os seguintes tópicos principais:
- Conhecimento prévio de dois alunos sobre empreendedorismo.
- A frequência e os tipos de ações pedagógicas relacionadas ao empreendedorismo oferecidas nos cursos.
- A percepção dos alunos sobre a eficácia de suas atividades pedagógicas em relação ao desenvolvimento de suas habilidades empreendedoras.
- Com a intenção de dois alunos aplicarem os conceitos de empreendedorismo em suas futuras carreiras

## **Instrumentos de Coleta de Dados**

O instrumento de coleta de dados foi um questionário estruturado com 15 perguntas, divididas em quatro seções:

1. Conhecimento e percepção sobre empreendedorismo.
2. Participação em atividades pedagógicas sobre empreendedorismo.
3. Disponibilidade da eficácia dessas ações.
4. Intenção de seguir carreira empreendedora.

Essas questões são baseadas em escalas Likert, variando de 1 a 5, onde 1 indica “discordo totalmente” e 5 “concordo totalmente”, permitindo uma análise detalhada dos pontos de vista dos alunos.

## **População e Amostra**

A população deste estudo é composta por alunos do 4º ano do ISPPM, uma instituição localizada em Cabo Verde, que frequentam os cursos de Psicologia, Economia de Gestão, Gestão, Engenharia Informática e Comunicação Social. Esses cursos são selecionados devido à diversidade de áreas e ao potencial impacto das atividades pedagógicas empreendedoras em diferentes campos do conhecimento. A população total é composta por aproximadamente 500 estudantes.

A amostra será composta por 150 alunos, selecionados por meio de amostra não probabilística, do tipo acidental, ou seja, os alunos que estiverem disponíveis para responder ao questionário

durante o período de espera dos dados. Esta amostra representa aproximadamente 30% da população total e garante uma boa diversidade de alunos nos dois cursos mencionados. Para garantir a representatividade do espetáculo, os alunos serão selecionados de cada curso, considerando sua parcela não total de inscritos.

Processo de coleta de dados

A coleta de dados será realizada em duas etapas principais:

1. **Elaboração do Instrumento:** A primeira etapa consistirá na elaboração e validação do questionário. O instrumento será testado com um grupo piloto de 20 alunos do ISPPM, a fim de ajustar a clareza das questões e a compreensão do conteúdo. Após esta fase, o questionário será revisado, se necessário, para garantir sua eficácia.
2. **Aplicação do Questionário:** A segunda etapa envolverá a aplicação do questionário aos alunos selecionados pela amostra. A aplicação será realizada em cronograma compatível com a disponibilidade de dois alunos, e será realizada de forma presencialmente em sala de aula ou online, dependendo da orientação da instituição e da acessibilidade dos alunos. O questionário será aplicado de forma anônima e os alunos serão informados sobre os objetivos da pesquisa e a importância de suas respostas para o desenvolvimento do estudo.

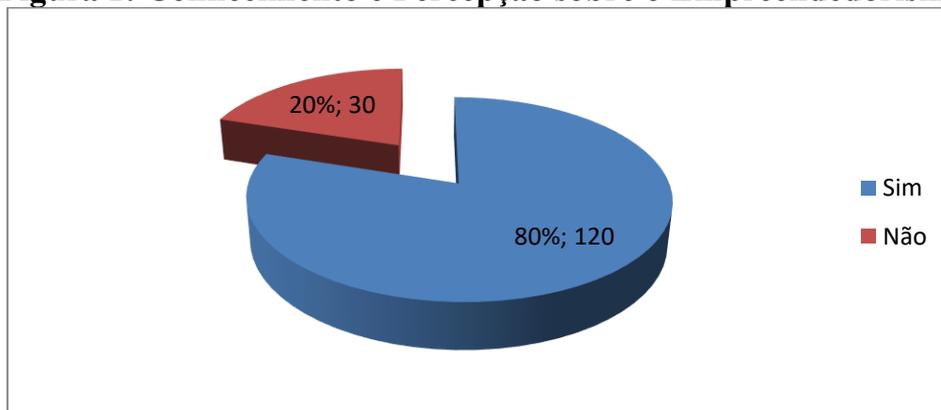


## Resultados e Discussão

Texto Esta pesquisa permitiu coletar dados quantitativos importantes sobre a percepção dos estudantes universitários em relação ao empreendedorismo, como ações pedagógicas implementadas e com a intenção de aplicar o empreendedorismo em suas futuras carreiras. A análise desses dados fornecerá insights valiosos para o aprimoramento das práticas pedagógicas voltadas ao empreendedorismo no ISPPM e para o desenvolvimento de programas mais eficazes de formação empreendedora.

estudantes.

**Figura 1: Conhecimento e Percepção sobre o Empreendedorismo**



Fonte: Resultados dos dados primários

preparada pelo autor

Se 80% dos alunos responderem "Sim", isso indicaria uma boa base de conhecimento sobre o conceito de empreendedorismo entre os alunos. Uma alta porcentagem de respostas "Sim" pode indicar a necessidade de aprofundar o ensino do conceito, enquanto uma alta porcentagem de "Não" pode justificar a implementação de mais iniciativas educacionais sobre empreendedorismo.

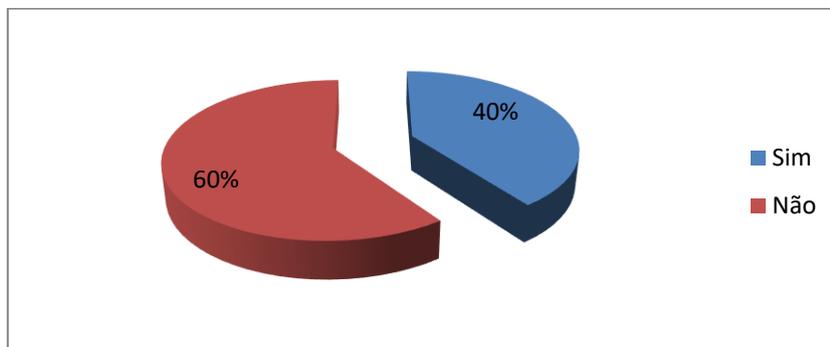
Fonte: Resultados dos dados primários.

Segundo Garcia et al, (2019), na sua pesquisa feito nas regiões do Brasil entre 2010 á 2021, conclui que a Febre Tifoide teve maior predominância na faixa etária dos 15 – 40 com 52,4%. A faixa etária menos predominante foi > 60 Anos com 5,6%.

O presente trabalho apresenta uma semelhança com o estudo de Garcia *et al*, (2019), concernente a idade visto que a maioria da população da Comuna de Calumbo é jovem, cerca de 50% tem menos de 15 anos. Somente 1,5% da população tem 65 anos ou mais. A proporção

de crianças vulneráveis é de 31,2% dos quais 12,5% são órfãs ou separadas de pai e mãe (Ucan, 2013).

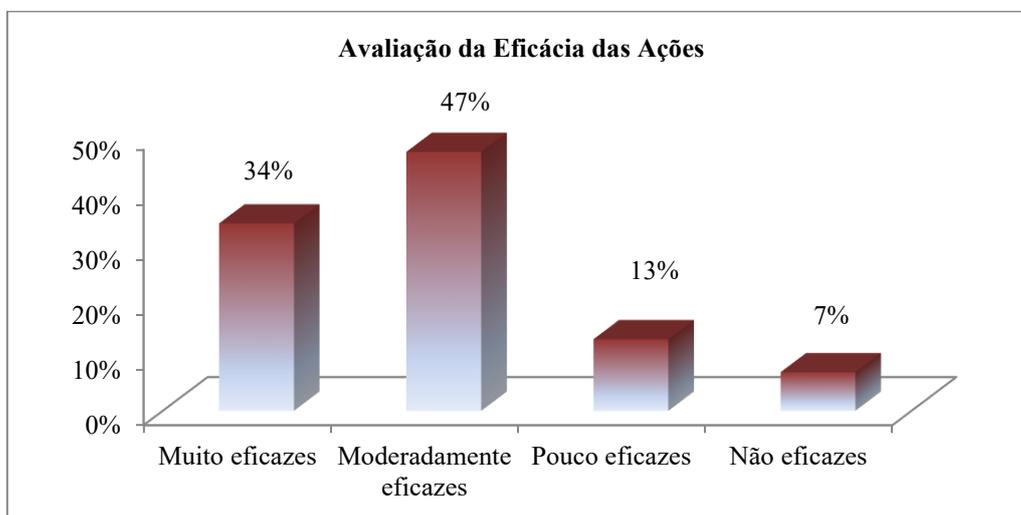
**Figura 2: Acções Pedagógicas Relacionadas ao Empreendedorismo**



Fonte: Resultados dos dados primários

Os 40% dos alunos afirmam ter participado dessas atividades, o que pode indicar que o nível de envolvimento dos alunos em atividades práticas de empreendedorismo ainda é baixo. Caso a maioria dos alunos não participe das atividades, pode ser necessário aumentar a oferta de atividades pedagógicas.

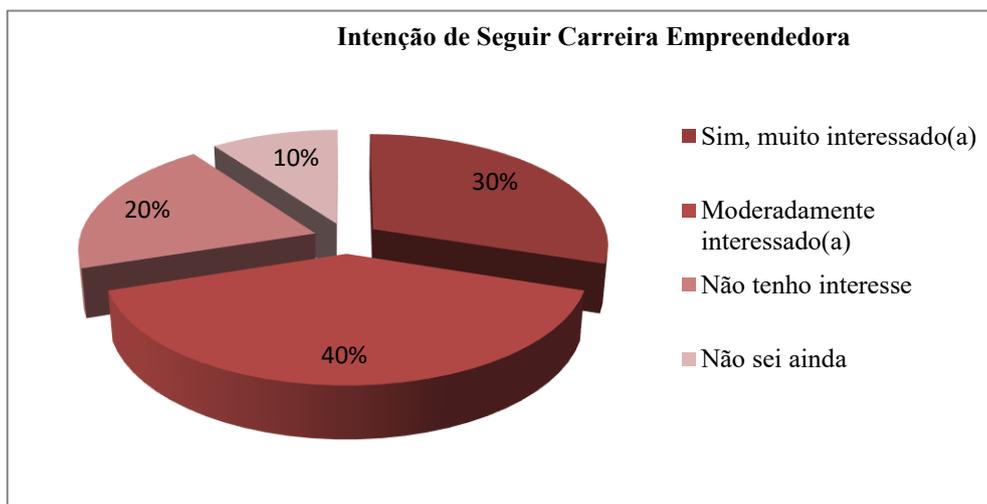
**Figura 3: Avaliação da Eficácia das Acções Pedagógicas**



Fonte: Resultados dos dados primários

Se a maioria dos alunos respondeu "Muito eficaz" ou "Moderadamente eficaz", isso indicaria que as acções pedagógicas estão tendo um impacto positivo. Se o caso ou resultado for mais equilibrado ou incluir uma proporção significativa de respostas "Não eficaz" ou "Não eficaz", pode ser necessário revisar o conteúdo ou a forma de aplicação dessas acções para torná-las mais impactantes.

**Figura 4: Intenção de Aplicar o Empreendedorismo na Carreira Profissional**



Fonte: Resultados dos dados primários

Se 40% dos estudantes afirmam estar "muito interessados" ou "moderadamente interessados" em seguir uma carreira empreendedora, isso seria um sinal positivo para as atividades pedagógicas. Isso indica que os alunos veem o empreendedorismo como uma oportunidade viável. No entanto, se muitos indicarem "não tenho interesse", pode ser necessário repensar a abordagem pedagógica ou aumentar a conscientização sobre oportunidades empreendedoras.

**Conhecimento sobre empreendedorismo:** A maioria dos alunos (80%) já ouviu falar sobre empreendedorismo, o que indica que há um alto nível de conscientização sobre o tema. No entanto, é possível que seja necessário aprofundar o conteúdo, visto que 20% dos alunos ainda não estão familiarizados com o conceito.

**Participação em Atividades Pedagógicas:** 40% dos alunos participaram de atividades pedagógicas, grande parte (60%) ainda não está envolvida. Isso sugere a necessidade de maior divulgação e incentivo para que mais alunos participem dessas atividades.

**Disponibilidade da eficácia das atividades pedagógicas:** A maioria dos alunos considera que as atividades pedagógicas têm eficácia moderada ou alta (80% no total), ou que há um sinal positivo. No entanto, há alguns alunos (20%) que consideram essas ações menos efetivas, ou que podem apontar a necessidade de ajustes nas metodologias ou nos conteúdos abordados.

**Intenção de seguir uma carreira empreendedora:** Um número significativo de estudantes (70%) tem algum grau de interesse em seguir uma carreira empreendedora. Isso sugere que as iniciativas pedagógicas estão, de certa forma, motivando os alunos a considerar o empreendedorismo como uma opção para o futuro. No entanto, 20% não é de interesse ou indica a necessidade de adaptação ou ensino para torná-lo mais atrativo para esse público.

## Mapa de Ações para Promoção do Empreendedorismo em Estudantes Universitários

Com base nos resultados da pesquisa aplicada, que demonstram a percepção dos alunos sobre a importância do empreendedorismo, a eficácia das atividades pedagógicas e sua intenção de empreender, propomos o seguinte Plano de Atividades Pedagógicas para a promoção do empreendedorismo entre os estudantes universitários do ISPPM.

### Objetivo Geral:

Promover a integração de competências empreendedoras no currículo de dois cursos oferecidos pelo ISPPM, com foco no desenvolvimento prático de habilidades, não incentivando a inovação e preparando os alunos para enfrentar os desafios do mercado de trabalho e criar novos negócios.

- Ação 1: Implementação de Workshops e Palestras sobre Empreendedorismo

### Objetivo Específico:

Conscientizar os alunos sobre a importância do empreendedorismo e oferecer uma introdução ao mundo dos negócios.

### Metodologia e Orientações:

**Público-alvo:** Os alunos do 4º ano cursam dois cursos: Psicologia, Economia Gerencial, Direção, Engenharia da Computação e Comunicação Social.

**Formato:** Workshops e palestras interativas com empreendedores locais, professores e especialistas em empreendedorismo.

**Conteúdo:** Tópicos como: Fundamentos do empreendedorismo, Como abrir um negócio, Casos de sucesso de startups, Inovação e criatividade no empreendedorismo.

**Duração:** Sessões de 2 a 3 horas, realizadas a cada semestre.

**Métodos de Ensino:** Apresentações práticas, estudos de caso, discussões em grupo.

**Avaliação:** Questionários de satisfação e feedback para ajustar workshops futuros.

### Metodologia Sugestiva:

Utilização de metodologias ativas, como brainstorming e simulações de negócios para envolver os alunos na prática real de resolução de problemas.



- Ação 2: Criação de Cursos Intensivos de Empreendedorismo

**Objetivo Específico:**

Oferecer um curso intensivo para o desenvolvimento de competências empreendedoras de forma mais aprofundada, abordando temas essenciais para a criação e gestão de empresas.

**Metodologia e Orientações:**

**Público-alvo:** Estudantes interessados em aprofundar seus conhecimentos em empreendedorismo, independentemente do curso.

**Formato:** Curso de 2 meses, com aulas semanais de 3 horas, incluindo teoria e prática.

**Conteúdo:** Planejamento de negócios, Marketing e vendas para startups, Gestão financeira para empreendedores, Captação de capital.

**Métodos de Ensino:** Aulas teóricas combinadas com a realização de projetos práticos. Cada aluno deve criar um plano de negócios para um novo empreendimento.

**Avaliação:** Apresentação do plano de negócios final, onde os alunos devem demonstrar a aplicação dos conhecimentos adquiridos.

**Metodologia Sugestiva:**

**Ensino híbrido** com uma combinação de salas de aula presenciais e online, proporcionando maior flexibilidade

**Aprendizagem baseada em projetos**, Onde nós, estudantes, aplicamos as ideias ensinadas na criação de seus próprios negócios.

- Acção 3: Promoção de Competições de Startups e Incubadoras Universitárias

**Objetivo Específico:**

Incentivar a inovação, a criação de startups e o desenvolvimento de soluções empreendedoras no ambiente universitário.

**Metodologia e Orientações:**

**Público-alvo:** Todos os estudantes universitários do ISPPM, com ênfase nas áreas de Economia, Engenharia da Computação e Comunicação Social.

**Formato:** Competições de startups e hackathons, onde os alunos devem formar equipes para desenvolver soluções inovadoras.

**Conteúdo:** Desafio de criar um startup ou desenvolver um produto inovador para resolver um problema específico na comunidade ou no mercado.

**Métodos de Ensino:** Sessões de mentoria com empreendedores experientes, apresentação de protótipos e pitches de negócios.

**Duração:** Competições realizadas a cada semestre, com premiação para os melhores projetos

#### **Metodologia Sugestiva:**

**Metodologia de design thinking** para incentivar a criatividade na resolução de problemas.

**Mentorias de especialistas** para orientar os alunos no processo de desenvolvimento de suas ideias.

**Uso de incubadoras universitárias** para apoiar os projetos mais promissores, oferecendo espaço físico e consultoria.

- **Acção 4: Criação de Programas de Mentoria com Empreendedores**

#### **Objetivo Específico:**

Conecte os alunos com empreendedores experientes que podem orientá-los na criação e gestão de negócios.

#### **Metodologia e Orientações:**

**Público-alvo:** Estudantes que demonstrem interesse em desenvolver projetos empreendedores ou que não estejam envolvidos com ideias de negócios.

**Formato:** Programa de mentoria individualizado, com encontros periódicos entre alunos e mentores (empreendedores ou profissionais do setor).

**Conteúdo:** Orientação sobre estratégias de negócios, desafios de gestão, inovação e crescimento empresarial.

**Métodos de Ensino:** Nós nos reunimos pessoalmente ou virtualmente, discutimos casos reais e analisamos planos de negócios desenvolvidos com os alunos.

**Duração:** Mentoria ao longo de um semestre, com pelo menos 4 encontros agendados.

#### **Metodologia Sugestiva:**



**Mentoria inversa**, onde os mentores também aprendem com as ideias inovadoras dos alunos.

**Desenvolvimento de soft skills** como liderança, negociação e comunicação, que são essenciais para empreendedores.

- **Ação 5: Incorporação de Projetos Empreendedores no Currículo Acadêmico**

**Objetivo Específico:**

Integrar o empreendedorismo diretamente no currículo acadêmico em dois cursos, incentivando os alunos a aplicar o conhecimento acadêmico em projetos práticos

**Metodologia e Orientações:**

**Público-alvo:** Estudantes de todos os cursos, mas com foco nas áreas de Economia, Engenharia da Computação e Comunicação Social.

**Formato:** Incluindo módulos ou unidades curriculares focadas no empreendedorismo, com a realização de projetos de desenvolvimento de novos produtos ou negócios.

**Conteúdo:** Cada curso incluirá uma parte prática sobre como aplicar o conhecimento acadêmico na criação de um projeto real de empreendedorismo, como, por exemplo, criar um startup, desenvolver um novo software ou lançar um novo produto no mercado.

**Métodos de Ensino:** Aprendizagem baseada em projetos (PBL), com acompanhamento de professores e tutores durante o processo de execução.

**Avaliação** Apresentação dos resultados do projeto no final do semestre, com feedback detalhado dos professores e da equipe de avaliação.

**Metodologia Sugestiva:**

**Projetos interdisciplinares**, onde alunos de diferentes cursos trabalham juntos para criar soluções inovadoras.

**Aulas práticas e teóricas**, para garantir a aplicabilidade do conhecimento acadêmico.

- **Ação 6: Estabelecimento de Parcerias com Empresas para Estágios e Projetos de Empreendedorismo**

**Objetivo Específico:**

Proporcionar aos alunos oportunidades reais de aplicar seus conhecimentos em ambientes de negócios e inovação.

## **Metodologia e Orientações:**

**Público-alvo:** Estudantes de todos os cursos, com prioridade para os cursos de Economia, Engenharia da Computação e Comunicação Social.

**Formato:** Parcerias com empresas locais, nacionais e internacionais para oferecer serviços e projetos colaborativos.

**Conteúdo:** Os alunos terão a oportunidade de trabalhar em empresas, incubadoras ou startups, aplicando seus conhecimentos acadêmicos a desafios empresariais reais.

**Métodos de Ensino:** Programas de stag, consultorias para startups e empresas em fase de crescimento.

**Duração:** As parcerias serão estabelecidas ao longo de cada semestre, com programas de duração que podem durar de 3 a 6 meses.

## **Metodologia Sugestiva:**

**Rotação de estágio** em diferentes áreas da empresa para uma experiência mais completa.

**Análise de casos reais** de empreendedorismo, onde os alunos podem estudar ou desenvolver empresas desde a sua fundação até a consolidação no mercado.

O plano de ação visa integrar o empreendedorismo de forma estruturada no ambiente universitário do ISPPM, aproveitando abordagens teóricas e práticas para fomentar o espírito empreendedor dos alunos. A implementação dessas ações será essencial para que os alunos desenvolvam não apenas habilidades técnicas, mas também competências práticas que poderão ser aplicadas em suas futuras profissões e na criação de novos negócios, promovendo uma transformação significativa no panorama educacional e empresarial da instituição.



## **Conclusões e Recomendações**

Com base nas teorias estudadas, especialmente aquelas sobre empreendedorismo universitário e as metodologias pedagógicas aplicadas ao ensino do empreendedorismo, foi possível compreender que o desenvolvimento de competências empreendedoras deve ser integrado de forma prática e dinâmica não

currículo acadêmico. O empreendedorismo não deve ser visto apenas como um conjunto de conceitos teóricos, mas como uma competência prática que deve ser cultivada ao longo de toda a formação acadêmica, alinhando a teoria prática de forma consistente.

O diagnóstico realizado com os alunos do ISPPM evidencia um conhecimento considerável do conceito de empreendedorismo, mas uma participação limitada em atividades pedagógicas específicas voltadas para essa área. A análise das respostas revelou que, embora muitos estudantes reconheçam a importância do empreendedorismo, poucos têm acesso a iniciativas pedagógicas que realmente possam desenvolver suas habilidades empreendedoras. A avaliação da efetividade dessas ações pedagógicas foi positiva para a maioria dos participantes, porém, ainda há um grupo que considera essas atividades de pouco impacto para seus alunos, sugerindo que a metodologia e a implementação desses programas precisam ser revistas e aprovadas.

Os resultados obtidos indicam que, apesar do considerável interesse por parte dos alunos em aplicar os conceitos empreendedores em suas futuras carreiras, ainda existe uma lacuna significativa entre o conhecimento teórico e a aplicação prática do empreendedorismo. A maioria dos alunos demonstra disposição em seguir um caminho empreendedor ou integrar práticas empreendedoras em suas áreas de atuação, o que confirma a relevância do tema. Entretanto, é preciso considerar a baixa participação em ações específicas e a necessidade de ações pedagógicas mais efetivas e acessíveis para garantir que todos os alunos possam desenvolver as competências necessárias para enfrentar os desafios do mercado de trabalho de forma empreendedora.

## Referências Bibliográficas

- Baron, R. A., & Shane, S. A. (2019). *Entrepreneurship: A process perspective* (5th ed.). Cengage Learning.
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2018). The psychology of entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 413-438. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032117-104803>
- Gielnik, M. M., Frese, M., & Kapp, R. (2017). Entrepreneurship education: The influence of teaching strategies on students' entrepreneurial intentions. *Academy of Management Learning & Education*, 16(3), 330-348. <https://doi.org/10.5465/amle.2016.0247>
- Soth, J. (2020). *Competências empreendedoras e inovação no contexto educacional*. Editora Acadêmica.
- St-Jean, E. (2021). *Competências empreendedoras: Integrando teoria e prática no ensino superior*. Editora Universitária.
- Volery, T., & Mueller, S. (2018). Entrepreneurial education: A focus on practice. *Journal of Small Business Management*, 56(2), 324-340. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12465>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). Sage Publications.
- Babbie, E. (2021). *The practice of social research* (15th ed.). Cengage Learning.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). Sage Publications.
- McBurney, D. H., & White, T. L. (2016). *Research methods* (9th ed.). Cengage Learning.