

O PERFIL DO ACADÊMICO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO: UMA ANÁLISE DAS PERSPECTIVAS DOS ACADÊMICOS

Diego de Sousa Lima¹; Yago Cesar Fernandes Pereira²; Marisa de Fátima Alves dos Santos³; Cláudia Marina Magalhães Rocha⁴

Estudante do Curso de Administração; e-mail: diego.lima18@live.com¹

Estudante do Curso de Administração; e-mail: yagocesar@outlook.com.br²

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: pocas.marisa@gmail.com³

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: claudiamarina84@gmail.com⁴

Área de Conhecimento: Administração Educacional

Palavras-chave: Administração; Curso; Pesquisa; Net Promoter Score

INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho a cada dia está mais seletivo e buscando pessoas com o CHA (Conhecimento, Habilidade e Atitudes) mais presente, por exemplo, se você pretende assumir um cargo de gestão você precisa de um curso superior, possuir habilidades e atitudes de gerir uma equipe e lidar com ações estratégicas, digamos que você tem o conhecimento, mas não tem as habilidades e atitudes necessárias para assumir este cargo, então você precisa buscar se aperfeiçoar para alcançar esse objetivo. Boog (2013, p. 185) afirma que “conhecimento é o saber; habilidade, o saber fazer, ou seja, a aplicação desse conhecimento; e a atitude é o saber agir, ou como o indivíduo aplica o conhecimento que possui. O NPS (Net Promoter Score) vem sendo utilizado por muitas organizações, pois sua aplicação é fácil e consegue identificar quais são seus pontos fortes e quais você precisa aprimorar. Duarte explica que o NPS tem por “objetivo de realizar a mensuração do grau de satisfação e fidelidade dos consumidores de qualquer tipo de empresa. Sua ampla utilização se deve a simplicidade, flexibilidade e confiabilidade da metodologia”.

OBJETIVOS

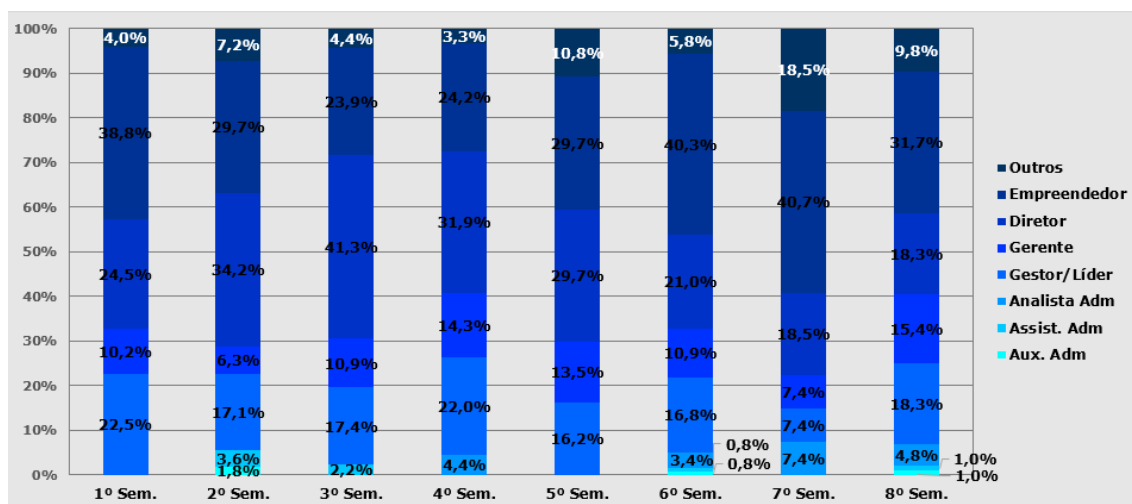
Analisar quais são as perspectivas futuras dos graduandos em Administração e o que eles estão fazendo para alcançar suas metas futuras. Verificar se o curso está atendendo as suas necessidades e o que a universidade pode fazer para melhorar essa percepção.

METODOLOGIA

A utilização de uma pesquisa quantitativa e qualitativa foi de extrema importância para a realização deste projeto, pois desta forma foi realizada a identificação do graduando de administração, dos cursos que ele possui, da sua vivência e suas perspectivas futuras. Com base em Rodrigues (2015, p. 95) “A pesquisa qualitativa proporciona visão e compreensão mais adequadas do problema. Por outro lado, a pesquisa quantitativa procura quantificar os dados. Ela busca uma evidência conclusiva...”. A aplicação da pesquisa nos proporcionou resultados que nos quais foram elaborados gráficos para melhor visualização. **ASPECTOS ÉTICOS:** O Projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade de Mogi das Cruzes em 22 de março de 2017, com o número do CAAE 56547116.7.0000.5497.

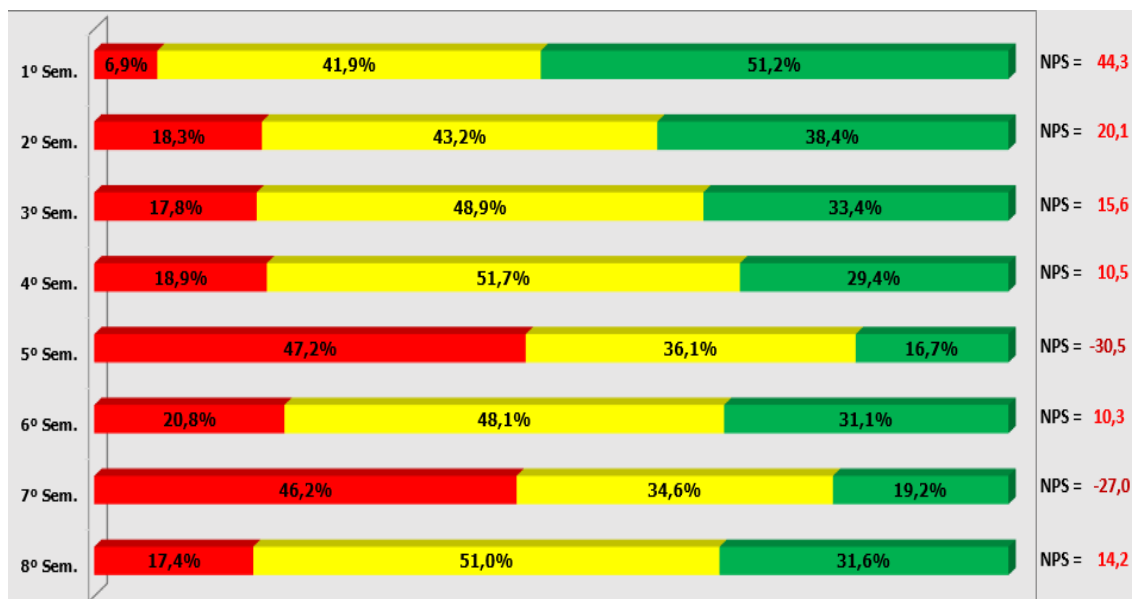
RESULTADOS E DISCUSSÃO

Obtivemos um grande número de respondentes através da pesquisa que foi realizada na Universidade de Mogi das Cruzes, campus Villa Lobos/Lapa, na qual foi disponibilizada para todos os graduandos em administração. No semestre da aplicação haviam 734 alunos matriculados, no qual tivemos 544 respondentes, estatisticamente falando o erro amostral desta pesquisa é de 3% e seu nível de confiança de 99%, ou seja, com base nesta análise podemos chegar tão próximo da realidade o quanto gostaríamos. A aplicação da pesquisa foi realizada em um único dia e com a mesma metodologia, sendo assim minimizando os vieses em que uma pesquisa pode ter.



Para obtenção desse gráfico foi realizada uma estratificação de dados, nas quais separamos todos os respondentes por semestre e o cargo que eles almejam alcançar após cinco anos ter terminado a graduação em Administração. É nítido o interesse das pessoas em possuir o seu próprio empreendimento, para isso precisamos conscientizar os graduandos que são necessárias algumas ações para abrir o seu negócio, talvez alguns cursos mais específicos de acordo com o segmento.

Outro cargo com bastante procura é o de diretoria, mas para isso é necessário o CHA que citamos no início, baseado neste critério observamos quais são as principais características que um diretor precisa, baseado na Catho, graduação em administração, MBA (Master in Business Administration) que são cursos voltado para área administrativa e necessário o inglês avançado, esses são as características básicas, além disso é necessário as habilidades comportamentais que é de acordo com o perfil da organização.



Com os dados do NPS (Net Promoter Score) conseguimos identificar que os alunos do quinto semestre estão mais insatisfeitos, alguns aspectos citados: curso cansativo, falta de dinamismo nas aulas, metodologias de ensino ultrapassada, coordenação distante, falta de projetos, entre outros.

Observamos que os alunos do primeiro semestre estão mais satisfeitos, mas com base em outros dados são pessoas que acabaram de sair do ensino médio, que a escola tem uma estrutura diferenciada e que estão satisfeitos com esse novo “mundo” e as principais satisfações são: localização, estrutura e alguns professores.

CONCLUSÕES

O meio corporativo busca profissionais que estejam engajados nas novas tendências e que tragam com sigio conhecimentos. Para Roncati, “as organizações que querem ser competitivas precisam analisar como será o mercado em que atuam no futuro. A partir daí, devem avaliar se as equipes têm as competências para atingir esses objetivos”. Portanto, vemos que os graduandos estão procurando se qualificar para atuar neste mercado que cresce diariamente e que pretendem alcançar altos níveis hierárquicos. Perante a universidade é necessário que busque sempre entender o que o mercado traz de novo e com isso qualificar seus colaboradores para que contribuam com o desenvolvimento de seus alunos, busque novas tendências e formas de interajam com o mercado de trabalho, por exemplo, os cursos de tecnólogo possuem projetos semestrais que são realizados com empresas, onde buscam conhecer o perfil de casa organização e quais ações elas poderiam aperfeiçoar baseado nos conteúdos apresentados. As aulas poderiam deixar de ser mais teóricas e passar a ser práticas, por exemplo, na área financeira, podemos utilizar o laboratório e conhecer algumas ferramentas. Seria interessante acompanhar se essas pessoas estão conseguindo alcançar os objetivos que foram traçados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOOG, Gustavo G; BOOG, Magdalina. **Manual de treinamento e desenvolvimento: Gestão e Estratégias**. 6. Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

CONTENT, Abril Branded. **Como será o profissional do futuro?** 04. Ago. 2017 <<https://goo.gl/zVhuPV>>. Acesso em: 05 Ago. 2017.

DUARTE, Tomas. **O que é o Net Promoter Score?** 17. Dez. 2015 <<https://goo.gl/Rr9dL9>>. Acesso em: 21 Mai. 2017.

RODRIGUES, Airton. **Pesquisa Mercadológica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.