



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

Mestrado em Gestão

Especialização em Empreendedorismo e Inovação

Dissertação

O Ensino do Empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior – Uma Análise nos Institutos Politécnicos Portugueses

Autor:

Fernando José de Aires Angelino

Orientador:

Prof. Doutor Pedro Miguel de Jesus Calado Dominginhos

janeiro 2013



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

Mestrado em Gestão

Especialização em Empreendedorismo e Inovação

Dissertação

O Ensino do Empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior – Uma Análise nos Institutos Politécnicos Portugueses

Autor:

Fernando José de Aires Angelino

Orientador:

Prof. Doutor Pedro Miguel de Jesus Calado Dominginhos

janeiro 2013

Dedicatória

© 2012 Fernando J. A. Angelino

Para os meus filhos Ana, Maria e João,
pelo tempo que não pude partilhar
convosco.

© 2012 Fernando J. A. Angelino

*“Most of what you hear about entrepreneurship is all wrong.
It’s not magic; it’s not mysterious; and it has nothing to do with genes.
It’s a discipline and, like any other discipline, it can be learned.”*

Peter Drucker, 1985

Agradecimentos

O meu agradecimento vai para todos os que comigo colaboraram, direta ou indiretamente, para a realização deste estudo, através do fornecimento de dados e outras informações indispensáveis para a sua concretização.

Agradeço ao meu orientador, Professor Pedro Dominginhos, pela sua amizade, conhecimento, paciência e “norte”, estimulando sempre a descoberta e o ir “mais além” de uma forma sábia e inspiradora.

Aos meus colegas de trabalho, pelo acompanhamento estimulante e palavras incentivadoras para que concluísse esta etapa, pois o melhor ainda está para vir, dizem!

Um agradecimento especial para a minha mulher e para os meus filhos, pela enorme paciência e compreensão que me dispensaram, ao longo deste percurso.

Resumo

Este estudo analisa o estado atual do ensino do empreendedorismo no Ensino Superior público politécnico, através de uma metodologia mista de análise aos objetivos, programas, métodos de ensino e bibliografia utilizados, nos quinze Institutos Politécnicos, a nível nacional. Partindo da aplicação de um questionário dirigido a docentes de empreendedorismo, de uma análise exploratória de conteúdo às fichas das unidades curriculares e de uma análise ao conteúdo dos Estatutos das instituições, procura-se um melhor entendimento sobre o estado do ensino do empreendedorismo, no ensino superior politécnico, a nível do primeiro e segundo ciclo de estudos. Os resultados encontrados sugerem, entre vários aspetos, a existência de algumas incoerências na definição e estruturação dos atuais programas de ensino de empreendedorismo, ao nível do Ensino Superior público politécnico.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Ensino do Empreendedorismo; Ensino Superior

JEL: I21, I23, L26

Abstract

Teaching Entrepreneurship in Higher Education Institutions – An Analysis in the Portuguese Polytechnics

This study analyzes the current state of entrepreneurship education in public higher education polytechnic institutes, through a mixed methodology analysis of the objectives, programs, teaching methods and bibliography used at the fifteen polytechnic institutes, at national level. Based on the application of a survey to teachers of entrepreneurship, an exploratory content analysis of the course's syllabus and a content analysis of the institution's legal statutes, seeking to better understand the state of entrepreneurship education at the polytechnic institutes for the first and second study cycles. The results suggest, among several details, the existence of some inconsistencies in the definition and organization of existing entrepreneurship teaching programs at public higher education polytechnic institutes.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurship Education; Higher Education

JEL: I21, I23, L26

Índice de Conteúdos

ACRÓNIMOS	IX
ÍNDICE DE TABELAS.....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIII
CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO 2 - ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	5
2.1. Empreendedores e empreendedorismo.....	5
2.2. Objetivos da educação do empreendedorismo	8
2.3. A universidade empreendedora	17
2.4. Ensinar empreendedorismo	22
2.5. Estudar o ensino do empreendedorismo.....	30
2.6. Alguns métodos de ensino-aprendizagem	32
2.6.1. Student-centred learning	39
2.6.2. Modelo ontológico e educacional de Fayolle e Gailly	42
CAPÍTULO 3 - O ENSINO SUPERIOR EM PORTUGAL	47
3.1. O sistema de ensino superior em Portugal	47
3.2. Política, ensino superior e empreendedorismo	54
3.3. O ensino do empreendedorismo em Portugal e na Europa	57
CAPÍTULO 4 - METODOLOGIA	63
4.1. Plano metodológico adotado	68
4.2. População e amostra.....	69
4.3. Delimitação do estudo	76
4.4. Instrumentos e processo de recolha de dados	76

4.5. Tratamento e análise dos dados	78
CAPÍTULO 5 - APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	79
5.1. Análise descritiva aos dados do questionário	79
5.1.1. Caracterização dos docentes respondentes	80
5.1.2. Questões de âmbito geral	90
5.2. Análise de conteúdo às fichas de unidade curricular	102
5.2.1. Análise aos Objetivos	107
5.2.2. Análise ao Programa	113
5.2.3. Análise aos Métodos de Ensino	125
5.2.4. Análise à Bibliografia	130
5.3. Coeficiente de Hellegard	134
5.4. Análise exploratória aos estatutos dos Institutos Politécnicos	144
CAPÍTULO 6 - CONCLUSÕES E SUGESTÕES.....	149
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	155
APÊNDICES.....	170

Acrónimos

ECTS – European Credit Transfer and Accumulation System

EFLV - Educação e Formação ao Longo da Vida

ES – Ensino superior

EU – União Europeia

IES – Instituições de Ensino superior

IP – Instituto Politécnico

IP's – Institutos Politécnicos

UC – Unidade Curricular

UC's – Unidades Curriculares

© 2012 Fernando J. A. Angelino

Índice de Tabelas

Tabela 2 - Diferenças entre métodos de aprendizagem.....	40
Tabela 1 - Resultados esperados da aprendizagem	53
Tabela 3 – População e amostra.....	70
Tabela 4 - Relação entre oferta formativa e cursos com UC de empreendedorismo	73
Tabela 5 - Distribuição da oferta formativa por área de ensino	75
Tabela 6 - Áreas de formação académica dos respondentes.....	82
Tabela 7 - Características do empreendedor	91
Tabela 8 - Designações das UC's de empreendedorismo	94
Tabela 9 - Barreiras na educação do empreendedorismo	95
Tabela 10 - Tabulação cruzada entre várias questões e a instituição do respondente.....	97
Tabela 11- Fichas de UC disponíveis por cada IP	102
Tabela 12 - Designações das UC's de empreendedorismo nos vários cursos	104
Tabela 13 - Vocábulo com frequência => 50	106
Tabela 14 - Vocábulo com frequência => 10	107
Tabela 15 - Verbos da taxonomia de Bloom identificados por categoria.....	109
Tabela 16 - Frequência de ocorrência dos verbos por categoria.....	110
Tabela 17 - Vocábulo com frequência => 10	113
Tabela 18 - Frequências das categorias e subcategorias.....	115
Tabela 19 - Segmentos textuais por categoria e subcategoria	116
Tabela 20 - Vocábulo com frequência => 10	126
Tabela 21 - Frequência por categoria	126
Tabela 22 - Frequência das categorias identificadas	127
Tabela 23 - Frequência das publicações por ano de publicação	131
Tabela 24 - Vocábulo com frequência acima de 1%	132
Tabela 25 - Exemplo de aplicação do coeficiente de Hellegard	135

Tabela 26 - Aplicação do coeficiente de Hellegard nos corpus	135
Tabela 27 - Coeficiente de Hellegard em vocábulos selecionados	137
Tabela 28 - Coeficiente de Hellegard no <i>corpus</i> Objetivos	139
Tabela 29 - Coeficiente de Hellegard no <i>corpus</i> Programa	141
Tabela 30 - Síntese da análise de associações entre vocábulos/ <i>corpus</i>	143
Tabela 31 - Ocorrências do termo "empreendedor" nos Estatutos	145

© 2012 Fernando J. A. Angelino

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Género dos respondentes	80
Gráfico 2 - Idade dos respondentes	81
Gráfico 3 - Categoria profissional	81
Gráfico 4 - Instituição dos respondentes	83
Gráfico 5 - Tempo de lecionação dos respondentes	84
Gráfico 6 - Tempo de docência no ensino superior	85
Gráfico 7 - Experiência profissional prévia dos respondentes	86
Gráfico 8 - Realização de trabalho científico e docente	87
Gráfico 9 - Tempo a lecionar a UC de empreendedorismo	88
Gráfico 10 - Participação em atividades relacionadas com o empreendedorismo	89
Gráfico 11 - Negócio próprio ou criou alguma empresa	89
Gráfico 12 - Principais objetivos do empreendedorismo	90
Gráfico 13 - Razão para a criação da UC de empreendedorismo	92
Gráfico 14 - Tempo de lecionação da UC de empreendedorismo	93
Gráfico 15 - Quantidade de cursos em empreendedorismo por instituição	99
Gráfico 16 - Distribuição das publicações por ano de publicação	132
Gráfico 17 - Bibliografia por áreas	133

Índice de Figuras

Figura 3 - Metas, objetivos e competências chave do ensino do empreendedorismo	15
Figura 4 – Quadro modelo de ensino para a educação do empreendedorismo	42
Figura 1 - Rede de ensino superior público politécnico	48
Figura 2 - Rede de ensino superior privado universitário.....	49

© 2012 Fernando J. A. Angelino

Capítulo 1 - Introdução

O ensino do empreendedorismo em Portugal, designadamente ao nível do ensino superior público e privado (universitário e politécnico), tem merecido uma crescente atenção e relevância, o que se verifica através do frequente surgimento de novas ofertas formativas. A introdução de unidades curriculares alusivas ao ensino-aprendizagem do empreendedorismo nos vários cursos do ensino superior evidencia a atual importância do ensino do empreendedorismo em Portugal.

O ensino do empreendedorismo tem também merecido, por parte da comunidade científica, um “carinho” crescente através da realização de vários estudos e investigações, dando assim origem a um melhor entendimento desta área de estudo e conhecimento.

O ensino do empreendedorismo junto dos diversos públicos-alvo do ensino superior procura, para além da transmissão de conhecimentos e competências, estimular a tomada de atitudes e iniciativas empreendedoras capazes de gerar riqueza económica e social.

Importa pois tentar perceber as diferentes ofertas formativas atualmente disponíveis no ensino superior, olhando com alguma profundidade para os objetivos, métodos de ensino e programas curriculares implementados e seguidos pelas diferentes instituições, ao nível do 1º e 2º Ciclos de estudos - o presente estudo focar-se-á apenas sobre os quinze Institutos Politécnicos públicos a nível nacional e respetivas setenta e cinco Unidades Orgânicas (Escolas ou Institutos Superiores).

Uma das principais motivações para a escolha deste tema está diretamente relacionada com a fraca taxa de atividade empreendedora ainda existente no nosso país, repetida em vários relatórios internacionais, aliada à necessidade de aprofundar o entendimento sobre os conteúdos e métodos relacionados com o ensino do empreendedorismo ao nível do ensino superior politécnico.

Apesar de partilhar da conceção de uma estratégia concertada a nível nacional que envolva escolas e famílias, na sensibilização e divulgação de atitudes empreendedoras junto das crianças logo durante os primeiros anos de escolaridade (ensino básico), considero que não se

pode menosprezar a relevância das atitudes e competências empreendedoras nos estudantes do ensino superior.

É no ensino superior que costumam surgir as melhores ideias e onde são constituídas muitas das empresas atualmente existentes, criando-se assim valor social e económico para o país.

Assim, os conteúdos e métodos usados no ensino do empreendedorismo a nível do ensino superior e o valor/significado que deles se retira, merece ser constantemente acompanhado, analisado e incentivado, procurando identificar-se novas formas de aplicação e adoção do conhecimento mais recente que vem sendo desenvolvido nesta área.

A implementação, desde 2005, do Processo de Bolonha, veio estabelecer um quadro de capacidades e competências (DR, 2006) e um conjunto de resultados esperados da aprendizagem que é ministrada nas instituições de ensino superior (DR, 2009; CE, 2009b), ao nível dos cursos de 1º e 2º Ciclo (licenciaturas e mestrados), que em muito apelam às competências empreendedoras dos indivíduos, esperando deles uma postura mais participativa e dinâmica em todo o processo de ensino-aprendizagem.

Para que tal seja efetivamente possível, é absolutamente necessário que os métodos, conteúdos e programas de ensino adotados sejam conducentes a uma mudança de atitude por parte de professores e alunos, tornando o processo de ensino-aprendizagem mais focado no estudante, incentivando-o a assumir um papel mais ativo e participativo na sua própria aprendizagem.

No presente estudo procura-se uma integração metodológica (quantitativa e qualitativa) pois nas palavras de Pérez Serrano (2008) citada em Coutinho (2011, p.31), “os métodos quantitativos e qualitativos podem aplicar-se conjuntamente dependendo as exigências da situação a investigar. A ciência vale-se de todos os métodos, porque lhe proporcionam uma visão mais ampla da realidade”.

Também nas palavras de Howe (1998) citado em Coutinho (2011, pp. 30-31) existe uma “necessidade (mesmo oportunidade) das combinações metodológicas, porque, (...) se o paradigma positivista é insustentável e o interpretativo incompleto, há que encontrar uma perspetiva epistemológica capaz de superar o antagonismo integrando aspetos de um e de outro dos paradigmas diletantes.”

No presente estudo toma-se, igualmente como referência/orientação, o modelo de ensino para a educação do empreendedorismo que é proposto por Fayolle e Gailly (2008), procurando-se assim encontrar algumas das respostas para as questões que são levantadas, tanto a nível ontológico como educacional (ver Secção 2.5.2. neste estudo).

Tentar perceber o que significa a educação do empreendedorismo?; qual o significado da educação no contexto do empreendedorismo ?; quais devem ser as funções atribuídas a educadores e alunos ?; que métodos, conteúdos e objetivos são adotados na educação do empreendedorismo? ... são apenas algumas das questões a que procuraremos responder.

Enquadrados por este modelo de análise, definem-se os seguintes objetivos:

Objetivo geral:

- Identificar, em termos gerais, como é abordado/conduzido o ensino do empreendedorismo no Ensino Superior Politécnico nacional.

Objetivos específicos:

- Identificar os conteúdos programáticos, os métodos pedagógicos e as principais barreiras no ensino do empreendedorismo, entre outros aspetos;
- Caracterizar a relevância e adequação dos conteúdos, métodos de ensino e objetivos usados no ensino do empreendedorismo no Ensino Superior Politécnico nacional;
- Procurar identificar a importância atribuída ao empreendedorismo no seio de cada um dos Institutos Politécnicos a nível nacional.

Estrutura do trabalho

O presente trabalho está estruturado em cinco capítulos nos quais se efetuam os seguintes desenvolvimentos/análises:

No Capítulo 1 – analisa-se o ensino superior e o respetivo sistema de ensino em Portugal; tecem-se algumas considerações sobre aspetos políticos e legislativos relacionados com políticas de ensino superior e empreendedorismo; analisa-se o ensino do empreendedorismo enquanto área de estudo e investigação; efetua-se uma análise breve ao ensino do empreendedorismo em Portugal e na Europa e, por último, tecem-se comentários sobre o

processo de Bolonha, sua implementação e alterações introduzidas no sistema de ensino-aprendizagem.

No Capítulo 2 – efetua-se o respetivo enquadramento teórico do estudo realizado, tecendo breves considerações sobre empreendedores e empreendedorismo; quais os objetivos da educação do empreendedorismo; algumas considerações sobre o conceito de universidade empreendedora e suas características; elabora-se sobre o ensino do empreendedorismo nas suas diversas vertentes, identificando alguns dos métodos/metodologias de ensino-aprendizagem existentes.

No Capítulo 3 – apresenta-se a metodologia adotada no presente estudo e o respetivo plano metodológico que foi seguido; identificam-se os objetos do estudo e a respetiva delimitação do trabalho desenvolvido; referem-se os instrumentos e os métodos adotados na recolha, tratamento e análise dos dados.

No Capítulo 4 – são apresentados os resultados obtidos através da aplicação dos diversos métodos de tratamento de dados que foram adotados; são apresentados de forma descritiva os resultados obtidos com o questionário dirigido aos docentes de empreendedorismo nos IP's nacionais; analisam-se, de forma exploratória, os conteúdos das fichas das unidades curriculares de empreendedorismo, identificadas nos diversos cursos de 1º e 2º Ciclo em cada um dos 15 IP's nacionais; explora-se a aplicação do coeficiente de associação de Hellegard, como elemento complementar da análise de conteúdo efetuada sobre as fichas das unidades curriculares; analisam-se, também de uma forma exploratória, os Estatutos de cada um dos 15 IP's, procurando identificar a importância conferida ao empreendedorismo, por cada uma das instituições.

No Capítulo 5 – discutem-se os resultados observados e retiram-se algumas conclusões; deixam-se sugestões para futuros trabalhos a desenvolver, tendo sempre como objetivo maior, aumentar o entendimento do ensino do empreendedorismo e, conseqüentemente contribuir para a melhoria do seu ensino e aprendizagem.

Capítulo 2 - Enquadramento Teórico

2.1. Empreendedores e empreendedorismo

De acordo com Stevenson e Gumpert (2008) citados em Sarkar, 2010, p.25 “de repente o empreendedorismo está em voga. Se ao menos os negócios (...), tanto grandes como pequenos, fossem um pouco mais empreendedores, poderíamos melhorar a nossa produtividade e competir de forma mais efetiva no mercado global...(...)”.

Vivemos numa era empreendedora, onde mais de quinhentos milhões de pessoas em todo o mundo, no ano de 2010, ou estavam envolvidas no arranque de um novo negócio ou eram proprietários/gestores de um novo negócio. Os empreendedores lideram uma revolução que irá transformar e renovar as economias a nível mundial e o empreendedorismo constitui a essência da iniciativa empresarial, pois é necessário que vão surgindo novos negócios para conferir uma maior vitalidade à economia. Nunca se viveu um tempo tão favorável para praticar a arte e a ciência do empreendedorismo (Bygrave, 2011).

O empreendedorismo começa com a visão. Sem uma visão, nada que possa ter consequências irá acontecer. A mobilização dos recursos necessários para fazer acontecer e a constituição de uma equipa de excelência, são aspetos fundamentais para o sucesso (Trump, 2010).

Em Portugal, tomando apenas como exemplo a quantidade de referências sobre o empreendedorismo e sobre as várias iniciativas a nível nacional, partilhadas através dos Media e relacionadas com a sua promoção e divulgação, pode afirmar-se que o mesmo merece, atualmente, grande atenção e destaque.

O conceito de empreendedorismo tem a sua origem histórica no século XVIII quando pela primeira vez Richard Cantillon (economista de origem Irlandesa-Francesa) cunhou o termo “*entrepreneur*” na sua obra de referência “*Essay sur la Nature du Commerce en Général*”. Para Cantillon, o empreendedorismo – na altura designado como “*entrepreneur*” – consistia na diferença sobre a forma de obtenção de rendimentos por parte do indivíduo, ou seja, enquanto uns dispunham de rendimentos fixos e constantes, outros, os que eram apelidados de

“*entrepreneur*”, dispunham apenas de rendimentos variáveis e não de uma forma constante (Saucier e Thornton, 2010).

Desde então, o empreendedorismo tem sido alvo de diversas definições e interpretações sendo ainda um termo pouco consensual quanto à sua definição, devido ao elevado número de autores que se têm vindo a dedicar ao seu estudo. A ausência de uma única definição para o empreendedorismo revela tratar-se de um conceito multidimensional.

De acordo com Bessant e Tidd (2011), o empreendedorismo é uma característica humana que mistura paixão, planeamento e visão; ferramentas e sabedoria; estratégia com a energia necessária para a executar e uma capacidade de reflexão com a propensão de assumir riscos.

O empreendedorismo é também o processo de criar algo de novo e com valor, através da dedicação do tempo e esforço necessários, assumindo os inerentes riscos financeiros, psicológicos e sociais para além de muitas incertezas mas, também, dando origem às devidas recompensas a nível monetário e de satisfação pessoal (Hisrich, Peters e Shepherd, 2010).

O Global Entrepreneurship Monitor¹ define o empreendedorismo como sendo uma “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização ou a expansão de um negócio existente, por um indivíduo, equipa de indivíduos ou negócios estabelecidos” (Sarkar, 2010, p.31).

Ao nível da OCDE, o empreendedorismo é definido como toda a ação humana em busca da geração de valor, através da criação ou expansão da atividade económica, da identificação e exploração de novos mercados, produtos ou processos, constituindo-se por isso num fenómeno que se manifesta em toda a economia, com formas e resultados diferentes, os quais nem sempre estão relacionados com a criação de riqueza financeira (OCDE, 2011).

Na Europa, o empreendedorismo é definido como sendo a capacidade criativa do indivíduo, de forma independente ou integrado numa organização, para identificar e perseguir uma oportunidade, na busca da criação de valor e sucesso económico (CE, 2003). Compreende ainda “(...) a criatividade, a inovação e a assunção de riscos e, bem assim, a capacidade de

¹ GEM – Global Entrepreneurship Monitor (principal estudo mundial sobre as dinâmicas empreendedoras), disponível em: <http://www.gemconsortium.org/>

planear e gerir projetos com vista a alcançar objetivos. Esta competência é útil a todos na vida de todos os dias, em casa e na sociedade, aos trabalhadores porque os torna conscientes do contexto do seu trabalho e aptos a aproveitar oportunidades, aos empresários porque serve de base para o estabelecimento de uma atividade social ou comercial.” (CE, 2006a, p.4).

Muitos outros autores têm igualmente dado o seu contributo para a definição do termo empreendedorismo, como se pode verificar pelos seguintes exemplos citados por Burger-Helmchen, 2012:

- O empreendedorismo é um ato de inovação que envolve dotar recursos existentes com a capacidade de produzir nova riqueza (Drucker, 1985);
- O empreendedorismo é um processo pelo qual os indivíduos perseguem e exploram oportunidades, independentemente dos recursos que estejam sob o seu controle (Stevenson, 1985);
- O empreendedorismo é a criação de organizações, o processo através do qual novas organizações surgem (Gartner, 1988);
- O empreendedorismo é uma maneira de pensar, raciocinar e agir que é conduzida pela oportunidade, através de uma abordagem holística e equilibrada da liderança (Timmons, 1997);
- O empreendedorismo é sobre como, quem e com que oportunidades e consequências é que novos produtos e serviços são descobertos, criados e explorados (Venkataraman, 1997)

Se o esforço de definição de empreendedorismo não se tem revelado consensual, quando se procura definir o empreendedor a tarefa também se torna complexa devido aos inúmeros elementos que deve conter, os quais, em grande medida, são aspetos de cariz comportamental tais como organização, criação, criatividade, risco entre outros (Ferreira, Santos e Serra, 2008).

O empreendedor é definido por Hisrich, Peters e Shepherd (2010) como sendo um indivíduo que toma iniciativas para agregar recursos de forma inovadora e que está disposto a suportar os riscos e incertezas inerentes aos seus atos.

Para Saraiva (2011), o empreendedor é o indivíduo que lidera a criação de valor de postos de trabalho, que contribui para o desenvolvimento económico e social, sendo merecedor de reconhecimento e estima pela sociedade. Já Gaspar (2009) considera que o empreendedor possui a capacidade de identificar oportunidades, agregar recursos e lançar novas empresas no mercado.

O empreendedor é um indivíduo capaz de gerar ideias; determinar quais os objetivos do seu negócio; selecionar e adquirir recursos materiais e tecnológicos necessários ao negócio; realizar pesquisas e estudos de mercado; determinar a tipologia da empresa que pretende criar; recrutar outras pessoas (a sua equipa) e, por fim, implementar todo o projeto. Todas estas capacidades do empreendedor se enquadram na inovação, no assumir de riscos e em funções de gestão e administração (Havinal, 2009).

De acordo com Sarasvathy (2001), o empreendedor é um indivíduo que raciocina de forma eficaz, começando por se avaliar a si próprio, os seus gostos e aquilo que sabe fazer (quem sou eu?); identifica as suas competências, a sua educação, formação, conhecimentos e experiência (o que é que eu sei?); identifica a sua rede de contactos a nível social e profissional (quem é que eu conheço?).

Um empreendedor é “ (...) alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade (...) é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). (...) É o responsável pelo crescimento económico e pelo desenvolvimento social. Por meio da inovação, dinamiza a economia. (...) é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. (...) alguém que acredita que pode alterar o mundo.” (Dolabela, 2006, pp.29-31).

2.2. Objetivos da educação do empreendedorismo

No ponto anterior foram apresentadas algumas definições para os termos empreendedor e empreendedorismo. Sendo o presente estudo focado na educação para o empreendedorismo, importa também aqui explorar o significado do termo educação.

Assim, e de acordo com o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, educação é “ (...) o ato ou processo de educar; (...) a aplicação dos métodos próprios para assegurar a formação e o desenvolvimento físico, intelectual e moral de um ser humano; (...) o conhecimento e desenvolvimento resultantes desse processo.” (Houaiss e Villar, 2005, p.3160).

No Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa, a educação aparece definida como “ (...) a ação de adquirir conhecimentos, de desenvolver aptidões, de formar e enriquecer o espírito, de se instruir. (...) os conhecimentos ou aptidões que cada indivíduo desenvolveu pelo estudo e aplicação. (...) o desenvolvimento de capacidades num determinado domínio.” (ACL/FCG, 2001, p.1331).

Segundo Gibb (1993) citado em Mwasalwiba (2010), a expressão educação para o empreendedorismo (do inglês “*entrepreneurship education*”) é principalmente utilizada nos Estados Unidos e no Canadá, enquanto a expressão educação empresarial (do inglês: “*enterprise education*”) tem a sua utilização no Reino Unido e na Irlanda.

Existem, de acordo com Garavan e O’Cinneide (1994) também citados em Mwasalwiba (2010), algumas diferenças entre estas duas expressões, sendo que a educação para o empreendedorismo pressupõe o desenvolvimento de uma atitude de autossuficiência enquanto a educação empresarial contribui para a formação de indivíduos focados na busca de oportunidades.

Segundo Seikkula-Leino *et al* (2010), a educação empreendedora possui três objetivos fundamentais: i) aprender a entender o empreendedorismo; ii) aprender a pensar de forma empreendedora e, por último; iii) aprender a tornar-se um empreendedor.

Apesar do tema do ensino do empreendedorismo não estar ainda muito amplamente representado na literatura, tem, contudo, merecido muita atenção e sido alvo de uma crescente investigação por parte da comunidade académica (Henry, Hill e Leitch, 2005b).

Conforme é referido em Matlay (2005), existem ainda muitas variações no impacto e na qualidade de algumas publicações nesta área. Enquanto algumas publicações resultam de investigação desenvolvida por investigadores credenciados e reconhecidos na comunidade científica, cuja qualidade do seu trabalho é garantida pelas suas qualificações, experiência e conhecimento científico na sua área de investigação; outras há (publicações), e em quantidade

crescente, que se podem considerar empiricamente comprometidas e fruto de um mau trabalho de investigação.

De acordo com Venkataraman (1997), o empreendedorismo é uma área de estudo com imenso potencial e relevância e, também, com profundos problemas de ordem intelectual. As limitações ao seu estudo futuro estão inerentes ao facto de não existir uma teoria consistente sobre empreendedorismo ou criação de riqueza, pois é ainda um fenómeno muitas vezes abordado pelos investigadores, sob perspetivas teóricas incompatíveis (económica, social e psicológica) e com recurso a diferentes níveis de análise (indivíduo, grupo ou população).

Um estudo realizado por Bécharde e Grégoire (2002) cuja análise incidiu sobre 112 artigos científicos publicados sob a temática do ensino do empreendedorismo, entre o período de 1984-2001, concluiu que a investigação nesta área está ainda incompleta, pois predomina o destaque dado aos conteúdos relacionados com economia e gestão, ao papel das Escolas de Gestão no fomento do empreendedorismo e, também, à conceção e avaliação de programas de ensino de empreendedorismo.

O empreendedorismo surgiu nas duas últimas décadas, indiscutivelmente, como a força económica mais forte que o mundo alguma vez experimentou. Devido a essa expansão, surgiu também um aumento significativo na educação para o empreendedorismo. (Kuratko, 2005).

A educação para o empreendedorismo tem-se expandido rapidamente, ao longo das duas últimas décadas, apresentando um crescimento evidente na oferta do número de cursos e programas de formação em universidades e instituições de ES em todo o mundo (Katz, 2003 citado em Greene e Rice (2007). Verifica-se um interesse crescente no ensino do empreendedorismo por parte de estudantes, corpos docentes, gestores universitários, empregadores e decisores políticos, para além de um número crescente de iniciativas a nível mundial (Volkman *et al*, 2009).

A educação do empreendedorismo consiste no processo de fornecer aos indivíduos, a capacidade de identificar oportunidades comerciais e, o discernimento, a autoestima, os conhecimentos e as competências para agir sobre elas (Jones e English, 2004, McIntyre e Roche, 1999 citados em Albornoz e Rocco, 2009); destina-se também a criar as atitudes, o espírito e a cultura empreendedora entre os indivíduos e a comunidade em geral (Mwasalwiba, 2010).

Segundo Jones (2010), a educação do empreendedorismo pode não levar diretamente ao aumento de *start-ups*, mas pode, quando desenvolvida e ministrada sob determinadas condições, contribuir para o desenvolvimento de competências únicas ao longo da vida as quais estão na base do que a sociedade espera e exige dos indivíduos.

Um estudo efetuado por Nilsson (2012) junto de dois grupos distintos de indivíduos com a mesma formação de base, onde apenas um dos grupos recebeu também formação específica em empreendedorismo, revelou que estes demonstravam uma maior propensão para a criação de várias empresas e de maior dimensão.

Só recentemente é que a educação do empreendedorismo tem merecido uma maior atenção por parte da comunidade académica, estando ainda longe do seu estado de maturidade, mesmo apesar das muitas iniciativas, experiências, cursos e programas de ensino que têm sido desenvolvidos nas últimas décadas (Charney e Libecap, 2000; Li e Matlay, 2005; Solomon et al, 2002; Solomon, 2005, citados em Carvalho, Costa e Dominginhos, 2010).

Nos Estados Unidos, o empreendedorismo integra os currículos académicos do ES há mais de cinquenta anos, tendo o primeiro curso de licenciatura em empreendedorismo sido ministrado na Universidade de Harvard em 1948 pelo Professor Miles Mace. Atualmente, o ensino do empreendedorismo está generalizado na maioria das universidades Americanas. Na Europa, só nos últimos dez anos é que o empreendedorismo tem feito parte dos currículos no ES, buscando ainda o seu merecido lugar como uma disciplina académica (Potter, 2008 e Volkmann, 2004).

Um estudo bibliométrico realizado por Rizza e Varum (2011), identificando publicações (artigos e estudos científicos) sobre as temáticas do ensino/educação do empreendedorismo a nível europeu, publicados no período compreendido entre os anos de 1900-2011, concluiu, entre vários aspetos, que existe um crescente interesse pelo ensino do empreendedorismo ao nível Europeu, expresso nas agendas políticas de muitos países.

Há já alguns anos que tem sido objeto de discussão se o empreendedorismo é algo que possa ser aprendido, ensinado como uma área do ensino universitário e, em particular, como uma parte do ensino da gestão. A resposta mais generalizada, atualmente, parece ser positiva – sim, o empreendedorismo pode ser aprendido e, por conseguinte, deve ser ensinado ou, pelo menos, encorajado através da educação para o empreendedorismo (Fayolle e Klandt, 2006;

Gorman *et al.*, 1997 citado em Solomon, 2007). No entanto, dada a existência de várias definições de empreendedorismo, tal significa que o seu ensino ocorrerá também de diversas formas, quase tantas quantas as definições de empreendedorismo existentes (Mwasalwiba, 2010).

Especialistas em educação do empreendedorismo estão convencidos que este se pode ensinar, que os empreendedores se fazem (educam) e não nascem já empreendedores (Klein e Bullock, 2006). A questão se o empreendedorismo pode ser ensinado está obsoleta (Kuratko, 2003, 2005). Não existe *a priori* qualquer razão para que o empreendedorismo não possa ser ensinado: pode ser ensinado e pode ensinar-se em muitos locais e de muitas maneiras diferentes (Hindle, 2004), sendo atualmente mais pertinente questionar-se o que se deve ou não ensinar em termos de empreendedorismo (Ronstadt, 1987, citado em Kuratko, 2003).

Considerações sobre métodos e conteúdos a utilizar no ensino do empreendedorismo, merecerão o devido desenvolvimento na Secção 2.5. do presente trabalho.

Segundo Welsch e Kickul (2001) citados em Kirby (2004), os empreendedores podem surgir em todas as esferas da vida e não apenas na área da gestão/negócios. Existem empreendedores sociais, empreendedores de tecnologia entre outros, pelo que o ensino do empreendedorismo não deverá ser uma matéria exclusiva das escolas de gestão.

De acordo com Pfeffer e Fong (2002) citados em Higgins e Elliott (2011), as escolas de gestão têm sido criticadas na sua abordagem pedagógica, pois têm negligenciado por completo a noção de aprendizagem experiencial, o “*learning-by-doing*” como prática, para além de também negligenciarem as bases ontológicas na compreensão dos conceitos e problemas do mundo real.

Por outro lado, Gibb (2002) salienta que uma reflexão mais aprofundada sobre o conceito pluralista de empresa, bem como uma série de aspetos ontológicos e epistemológicos que lhe estão associados, leva à conclusão de que o local mais adequado para o empreendedorismo e para a educação empresarial no ES, poderá ser fora das escolas de gestão, uma vez que a maior parte do ensino que ali é ministrado incide sobre a criação de empresas, o planeamento de negócios, a inovação e o crescimento de empresas – a forma tradicional como os seus currículos (das escolas de gestão) estão organizados, é em torno de funções.

Os atuais métodos e modelos de ensino do empreendedorismo utilizados nas IES estão ainda muito influenciados por uma tradição de economistas e de grandes escolas de gestão, sendo focados quase exclusivamente na gestão de negócios (Gibb, 2005).

Os programas curriculares tradicionais sobre gestão têm estado sob crítica por falharem na relevância e satisfação das necessidades do atual ambiente de negócios em constante mudança. Uma das principais críticas diz respeito à falta de estímulo da criatividade e do pensamento individual tanto ao nível da licenciatura como das pós-graduações (Urban, 2010).

Para Johnson *et al.* (2006), o verdadeiro potencial para influenciar o desenvolvimento económico reside fora das escolas de gestão, em particular, no setor das engenharias e de outras disciplinas baseadas na ciência e tecnologia. É nestas disciplinas que se desenvolvem as ideias, que são frequentemente ignoradas ou não chegam a ser comercializadas, não por falta de mérito, mas sim por falta de conhecimento de como isso se pode fazer.

O ensino do empreendedorismo não deve ser confundido com os estudos de economia ou de gestão, pois os seus principais objetivos são a promoção da criatividade, da inovação e do autoemprego, constituindo por isso uma competência para todos, auxiliando os indivíduos a serem mais criativos e a possuírem uma maior autoconfiança em tudo o que façam (CE, 2009a).

McMullan e Long (1987) citados em Hindle (2004) afirmam que, por diversas razões, os atuais métodos de ensino do empreendedorismo devem ser considerados inadequados. Este novo campo da educação necessita de se expandir para além das fronteiras das escolas de gestão ou de tecnologia, talvez até mesmo para além das universidades.

Nos tempos atuais porém o que sucede é que “a atual geração de estudiosos de empreendedorismo está a deixar o empresário fora do empreendedorismo, tal como os estudiosos da estratégia eliminaram o diretor geral da gestão estratégica” (Meyer, 2011, p. 6)

Um estudo realizado pela Comissão Europeia em 2008 junto de 2.899 IES - 664 responderam ao convite que lhes foi endereçado – ~ 23% - revelou que cerca de 87% das IES afirmaram possuir atividades curriculares ou extracurriculares focadas no desenvolvimento de comportamentos, competências, conhecimentos, mentalidades e experiências empreendedoras (CE, 2008b).

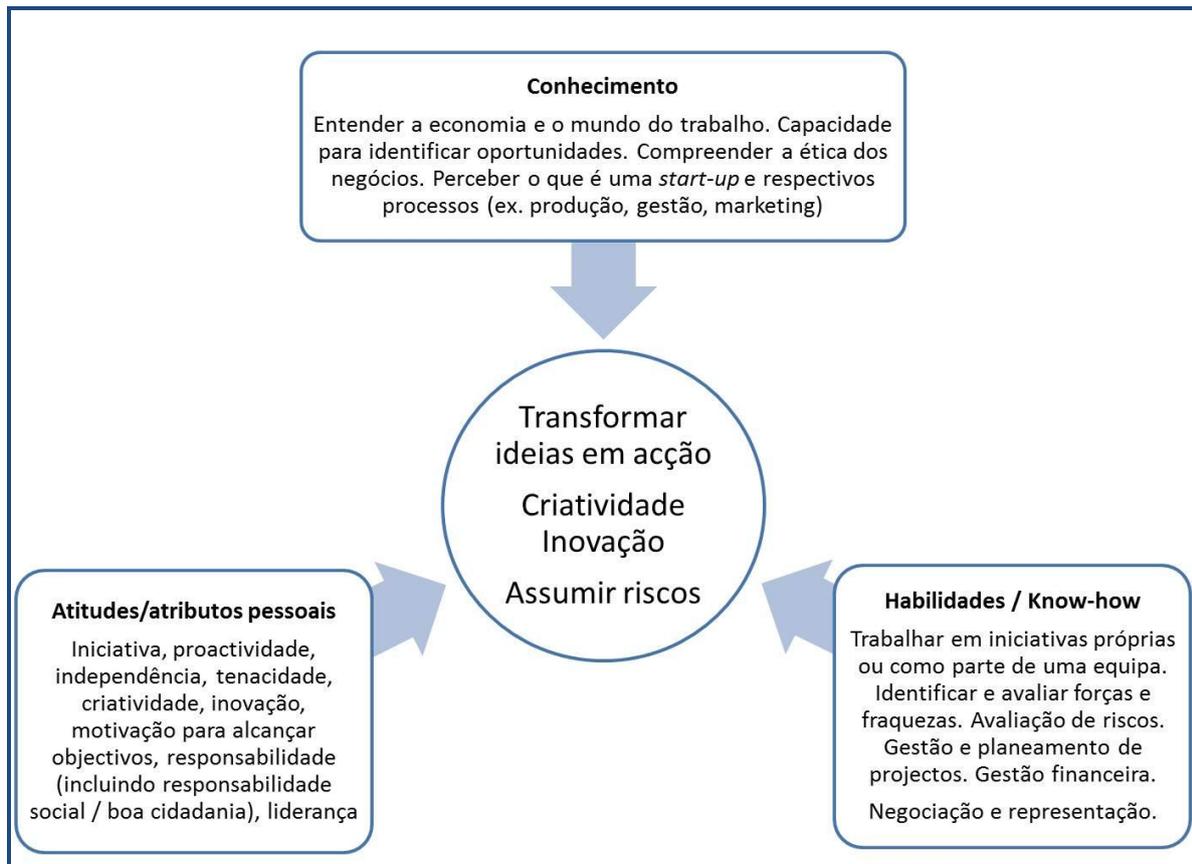
De uma forma geral, estudantes provenientes de todas as áreas, incluindo Humanidades, Arte e Estudos Criativos podem colher imensos benefícios da aprendizagem do empreendedorismo. Possuir um espírito empreendedor, conhecimentos e determinadas habilidades, pode beneficiar os jovens nas mais diversas áreas onde pretendam desenvolver a sua atividade. Ao nível do ES, o principal objetivo do ensino do empreendedorismo deverá ser o desenvolvimento de capacidades empresariais e de uma mentalidade empreendedora (CE, 2008a).

A educação do empreendedorismo pode enriquecer bastante as experiências de aprendizagem dos alunos do ES tornando-as mais gratificantes, desde que os educadores consigam oferecer experiências de aprendizagem estimulantes. O ensino do empreendedorismo pode acentuar a realização do indivíduo, dando-lhe a oportunidade de trabalhar em equipa e de desenvolver as *soft skills* tão necessárias e importantes nos negócios e sociedade atual (NESTA, 2008).

A educação do empreendedorismo possui alguns objetivos, relativamente, aos conhecimentos, às competências, às atitudes e aos resultados que se esperam atingir. No centro de tudo isso está a capacidade de transformar as ideias em ação; de assumir riscos; de ser criativo e inovador (CE, 2010a).

Ver Figura 1 sobre as metas e os objetivos da educação para o empreendedorismo.

Figura 1 - Metas, objetivos e competências chave do ensino do empreendedorismo



Fonte: Elaborada pelo autor e adaptada de CE, (2010), "Towards Greater Cooperation in Entrepreneurship Education", Bruxelas, Comissão Europeia

Segundo Yendell (2001) citado em Holmgren *et al* (2004), numa sociedade onde não existam indivíduos altamente qualificados, criativos e com uma mentalidade empreendedora e com competências empresariais, nenhuma estratégia para a criação de negócios terá sucesso.

Deve, por isso, assumir-se que uma "(...) forma de realizar o grande potencial identificado no empreendedorismo é a educação, a educação para o empreendedorismo. (...) Por outras palavras, para que a educação para o empreendedorismo seja possível requer-se uma conceção do empreendedorismo com base na personalidade empreendedora; a conceção do indivíduo com certas características e comportamentos que possam ser formados, transferidos e transformados." (Holmgren *et al*, 2004, pp.57-64).

A importância da educação para o empreendedorismo é destacada por Gibb e Cotton (1998) citados em Henry, Hill e Leitch (2005a) por motivos de ordem global (a redução das barreiras comerciais; a existência da moeda única europeia e os diversos avanços tecnológicos que, em

conjunção, geram mais oportunidades, mas também maiores incertezas); ao nível organizacional (devido a questões relacionadas com descentralização, reengenharias, alianças estratégicas, fusões de empresas e uma maior exigência em termos de flexibilidade da mão de obra, contribuindo para um clima de incerteza); ao nível do indivíduo (existência de mais opções de emprego, possibilidade de desempenhar funções muito distintas num curto espaço de tempo, mais responsabilidades e também mais stress).

A educação para o empreendedorismo melhora a competência empreendedora, as intenções empreendedoras, possui um impacto positivo na empregabilidade dos indivíduos e tem um papel determinante na sociedade e na economia (CE, 2012a).

O empreendedorismo não constitui a panaceia para resolver os problemas de desemprego nos jovens mas, está provado que possui um papel fundamental no facilitar o acesso ao mercado de trabalho para todos aqueles que possuam a ambição em tornarem-se empreendedores. Assume, por isso, uma particular importância a introdução do desenvolvimento das competências empreendedoras ao longo do sistema educativo, fornecendo informação, aconselhamento, mentoria, acesso a financiamento e disponibilizando suporte e infraestruturas para o surgimento de novos projetos e negócios (CE, 2012a).

Vivemos, no momento atual, uma altura propícia para a expansão e evolução do ensino do empreendedorismo. Apesar de não se conseguir antever ainda como será a próxima vaga de empreendedores (e de empreendedorismo) sabe-se, com alguma certeza, que irá exigir atitudes empreendedoras mais criativas e inovadoras, novas competências e comportamentos (Volkman *et al*, 2009).

Criar um acesso universal ao ensino do empreendedorismo constitui hoje um enorme desafio a ser ultrapassado pelas IES e demais organizações a nível nacional e internacional. Garantir que os professores envolvidos no ensino do empreendedorismo recebam a devida formação e meios que lhes permitam suportar o seu trabalho é uma tarefa muito importante. Estas alterações implicarão mudanças ao nível das formas de trabalho e enquadramento político adotado nos vários países (UE, 2011b).

2.3. A universidade empreendedora

De acordo com Brooks *et al.* (2007) os estudantes aprendem melhor quando podem viver aquilo que aprendem. Assim, as universidades ao serem mais empreendedoras nas suas práticas acadêmicas e de gestão, ao revelarem conceitos e comportamentos mais empreendedores, contribuem para auxiliar os estudantes a assimilar esses conceitos e a tornarem-se mais independentes e tolerantes ao risco.

O conceito de Universidade Empreendedora (do inglês “*Entrepreneurial University*”) aplica-se às IES que criam oportunidades, práticas, culturas e ambientes propícios a incentivar e a encorajar os estudantes a serem empreendedores. São locais onde o empreendedorismo faz parte do tecido da instituição (Gibb, 2005; Gibb e Hannon, 2006; Gibb, Haskins e Robertson, 2009).

Para que o empreendedorismo e a inovação possam também fazer parte do tecido das universidades, é preciso que haja espaço para os empreendedores no seio da instituição. Em alguns casos, isso implica a inclusão de indivíduos que tenham liderado ou estado envolvidos em projetos ou iniciativas empresariais ou, noutros casos, adotar um estado de espírito onde a mudança seja vista como uma oportunidade para empreender novos desafios, apesar de poder não ter disponíveis todos os recursos necessários (Thorp e Goldstein, 2010).

Este conceito de universidade empreendedora ganhou vida quando Clark (1998) citado em Rae, Gee e Moon (2010), propôs cinco casos de IES europeias como instituições exemplares – Clark afirmou que as universidades empreendedoras eram diferentes, pois eram aquelas que tinham vontade de mudar, de evoluir, e não ficarem encapsuladas (protegidas) no seu papel principal. Uma universidade empreendedora procura ativamente inovar na forma como desenvolve a sua atividade, vendo o empreendedorismo institucional simultaneamente como um processo e um resultado (Clark, 1998 citado em Rae, Gee e Moon, 2010).

A emergência da universidade empreendedora é vista por Etzkowitz *et al.* (2000) como uma resposta à crescente importância do conhecimento nos sistemas nacionais e regionais de inovação. Reconhecem também os mesmos autores que a universidade é um agente criativo e eficaz no processo de transferência de tecnologia e conhecimento.

Segundo Bratianu e Stanciu (2010), as universidades empreendedoras buscam novas identidades e tipos de organização, procurando responder às exigências do mercado, onde o

espírito competitivo e a concorrência são cada vez maiores. Estas instituições estão convictas de que o risco de operacionalizar mudanças estruturais, processuais e culturais vale a pena, quando comparado com a observância de regras governamentais muito restritivas.

Segundo Etzkowitz *et al.* (2000), as universidades empreendedoras necessitam de - capacidade de transformação interna (revisão das tarefas habituais e consequente reajustamento dos novos papéis e funções a desempenhar, em função das novas metas); produzir impacto interinstitucional (necessidade de revisão e ajustamento do relacionamento com outras instituições, no que respeita ao formato/conteúdo dos contratos existentes quer em termos dos resultados de investigação, quer em termos de financiamento); novos processos de interface (à medida que a nova organização se vai ajustando, vão surgindo novas necessidades de relacionamento com o exterior, nomeadamente ao nível dos departamentos académicos e faculdades, onde os docentes e outro pessoal técnico assume responsabilidades especiais na avaliação da relevância comercial dos resultados da investigação, para além de uma atenção/estímulo especial ao relacionamento com parceiros externos.); aproveitar os efeitos recursivos (devido a um maior número de contactos e ligações com o exterior, torna-se propícia a formação de organizações trilaterais, podendo assim surgir novas formas de colaboração entre diversas organizações e instituições como, por exemplo, centros de investigação com investigadores de diversas universidades, empresas e laboratórios do estado).

Segundo os mesmos autores, o paradigma da universidade empreendedora pode ser visto através do modelo “*Triple Helix*”² que prevê uma transformação interna ao nível de cada um dos intervenientes (universidade, indústria e governo); a possibilidade de algum dos intervenientes, poder exercer maior influência sobre os outros; a criação de ligações trilaterais, redes e organizações entre os intervenientes e um maior estímulo à criatividade organizacional e coesão regional e, também, o estabelecimento de redes de cooperação entre as diversas instituições.

² - O modelo “Triple Helix” refere a interação entre universidade-indústria-governo como sendo a chave para a inovação, numa sociedade baseada no conhecimento – o modelo defende um melhor relacionamento entre as universidades, o estado e as empresas (adaptado de SARKAR, Soumodip, (2010), Empreendedorismo e Inovação, Lisboa, 2ª edição, Escola Editora, p. 88)

De acordo com as conclusões obtidas pelo estudo realizado por Boehm (2008), uma orientação mais empreendedora em geral tem um impacto positivo na transferência de tecnologia e conhecimento, ou seja, quanto maior for o comportamento empreendedor no seio das universidades, maior será o sucesso obtido. Aspectos como a proactividade, tomada de riscos, interdisciplinaridade e autonomia podem influenciar positivamente o desempenho da investigação e criação de conhecimento no seio das universidades.

Para que se consiga introduzir o empreendedorismo numa IES, segundo Rae, Gee e Moon (2010), é necessário que existam as seguintes capacidades:

- Visão e ambição estratégica;
- Liderança;
- Comunicação, apresentação, e capacidade de influência;
- Criatividade pessoal e pensamento inovador;
- Desenvolvimento e aplicação da aprendizagem a partir de uma variedade de fontes e em contextos diferentes;
- Operar em situações de mudança, incerteza e complexidade;
- Competências de gestão académica e organizacional.

Nos sistemas universitários e nos seus respetivos líderes europeus, segundo Codling e Meek (2006) citados em Bratianu e Stanciu (2010), verifica-se uma tendência para a deriva das universidades (do inglês “*drift of universities*”). De acordo com os autores, a distância entre universidades tradicionais e universidades técnicas é enorme. Verifica-se, atualmente, uma tendência para as universidades tradicionais copiarem os modelos apresentados pelas universidades técnicas, num esforço de se adaptarem ao novo e exigente ambiente de mercado, enquanto as universidades técnicas tendem a procurar o reconhecimento académico detido pelas universidades tradicionais.

Segundo Etzkowitz *et al.* (2000), verificam-se também duas outras tendências que afetam o papel futuro das universidades empreendedoras. Por um lado, a mudança para uma dependência cada vez maior da economia, na produção do conhecimento (Stehr, 1994 citado em Etzkowitz *et al.*, 2000) e, por outro, o tentar identificar quais as tendências futuras na produção do conhecimento e as suas implicações para a sociedade.

De acordo com Matlay (2005) citado em Matlay e Carey (2007), existe uma relutância notável, por parte dos diretores universitários e professores europeus, em se afastarem das “boas práticas” promovidas pelas prestigiadas escolas de gestão americanas, ou em adotar métodos mais inovadores de ensino, adaptados às experiências e necessidades específicas de cada país.

Locke e Schöne (2004), ao analisarem algumas Escolas de Gestão em França, na Alemanha e na República Checa, revelam como tem ocorrido a “americanização” das universidades europeias, por via da influência do empreendedorismo oriundo dos Estados Unidos. Devido a um contexto empresarial cada vez mais empreendedor e à capacidade libertadora e facilitadora das novas tecnologias, toda a ênfase da educação recai agora sobre o “pensar fora da caixa”, ser mais criativo, abraçando soluções tecnológicas e criando organizações onde a constante mudança e transformação são um fenómeno diário. Os autores usam como ponto de referência, na sua análise, os negócios de alta tecnologia com origem em Silicon Valley³.

Em Gibb (2005), são referidas as características de uma *Entrepreneurial University*⁴, como forma de clarificar a própria designação. Assim, uma universidade considera-se empreendedora quando:

- Se preocupa em assegurar a sua própria autonomia, tendo presente que cada vez menos haverá financiamento público disponível;
- Aceita a ideia de que o conhecimento existente no seio de uma instituição do ES deve ser integrado e partilhado com a comunidade em geral;
- Não receia maximizar o potencial de comercialização das suas ideias criando valor para a sociedade, e não considera isto como uma ameaça aos valores académicos;

³ - Segundo dados de 2009, existiam cerca de 25.800 empresas ativas fundadas por ex-alunos do MIT (uma das mais importantes instituições de ensino superior, localizadas em Silicon Valley) as quais empregavam cerca de 3,3 milhões de pessoas, gerando receitas anuais na ordem dos \$2 triliões de dólares, o equivalente à 11ª economia a nível mundial (Adaptado de ROBERTS, Edward B., EESLEY, Charles, (2009), "Entrepreneurial Impact: The Role of MIT", Kansas City, MIT Sloan School of Management, Kauffman Foundation)

⁴ - No Reino Unido, desde o ano de 2008 que está instituído um prémio nacional anual para eleger a Universidade Empreendedora do Ano, desenhado com base num conjunto de quatro grupos de critérios (ambiente institucional; envolvimento dos estudantes; staff inovador e empreendedor; impacto empreendedor). Mais informação sobre este prémio pode ser obtida aqui: <http://www.ncee.org.uk/>

-
- Organiza-se internamente para dar todo o apoio às iniciativas empreendedoras, enquanto promove a autonomia e iniciativa dos seus académicos;
 - Envolve-se ativamente com a comunidade e com os *stakeholders* como parte de uma estratégia de aprendizagem organizacional;
 - Promove a criação de parques científicos, incubadoras, gabinetes de transferência de tecnologia e de proteção de patentes, como meios poderosos para a sua abertura e integração das diversas relações institucionais mantidas com as partes interessadas, tanto a um nível formal como informal;
 - Encoraja de uma forma alargada o espírito de interdisciplinaridade, promovendo a criação de departamentos interdisciplinares e de centros de I&D;
 - Assume a responsabilidade pela formação e desenvolvimento dos seus estudantes e pessoal, particularmente no que diz respeito aos aspetos sociais, de carreira e das experiências de aprendizagem ao longo da vida;
 - Recruta empresários e nomeia líderes empresariais como agentes de mudança, incluindo a abertura de cargos académicos a um público mais vasto, através de convite para algumas funções de professor assistente ou adjunto;
 - Institui sistemas de recompensas muito para além dos critérios relacionados com a investigação, com as publicações científicas e com o lecionar;
 - Assegura que o conceito de ensino do empreendedorismo está incorporado em todas as Faculdades (ou Escolas, no caso dos IP's), seja do inteiro conhecimento de todo o pessoal e esteja integrado nos currículos.

A universidade empreendedora sofre, segundo Clark (1998) citado em OCDE (2002), de uma “sobrecarga de procura”, ou seja, as condições e os recursos que suportam as universidades vão ficando cada vez mais escassos e limitados, enquanto as solicitações/exigências de serviços e respetivos custos vão aumentando. Dada a rápida expansão do conhecimento e a diversificação de ofertas formativas, as faculdades e as universidades sofrem uma espécie de inflação escolar que, quando afastada do mercado e da economia, torna cada vez mais caro e dispendioso manter o *status quo*.

O estilo empreendedor, nas universidades, muitas vezes causa suspeição e ciúmes na vasta maioria passiva dos académicos e, muitas vezes, é considerado até como se se tratasse de uma tentativa de quebrar com as tradições morais e académicas. Alguns académicos ainda vivem com a convicção de que os “bons e velhos tempos” hão-de voltar e que os governos irão

alterar o seu comportamento, passando a financiar o ES na totalidade. Com esta percepção, porque é que temos de mudar ? (OCDE, 2002, p.124).

Outros críticos do modelo da universidade empreendedora têm afirmado que o papel mais importante das universidades é a criação de pessoas qualificadas. As empresas que se envolvem com as universidades procuram, na maioria das vezes, oportunidades de recrutamento. As trocas entre a universidade (ciência) e a indústria são complexas, envolvendo muitas interações e empresas muito diferentes. Não há dúvida que existe uma necessidade de maior abertura entre os dois “mundos”, tal como tem vindo a ser proposto pelos defensores da universidade empreendedora (Garnsey, 2006).

2.4. Ensinar empreendedorismo

De acordo com Drucker (1985), o empreendedorismo não tem nada de mágico, não é misterioso nem tem nada a ver com genes – é uma disciplina como outra qualquer e, por isso mesmo, pode aprender-se.

No entanto, as diversas dificuldades inerentes à interpretação dos termos empreendedorismo, empresário e empreendedor têm efeitos de longo alcance no entendimento do empreendedorismo como uma área de estudo; na definição dos objetivos específicos dos cursos a ministrar; na escolha do público-alvo; na conceção do conteúdo dos cursos; nos métodos de ensino a aplicar e, por último, na avaliação do progresso e do impacto dessa aprendizagem (Mwasalwiba, 2010; Sexton e Bowman, 1984 citados em Bennett, 2006).

Não existem definições universalmente aceites sobre o que é um empreendedor, quais as capacidades que este deve possuir, ou que tipo de métricas é que se podem utilizar para medir o seu comportamento (OCDE, 1998; Lumpking e Dess, 1996; Bull e Willard, 1993 citados em Peña et al, 2010).

Enquanto o ensino de matérias mais específicas como por exemplo o marketing, a contabilidade ou as finanças pressupõem que o educador, normalmente, possua qualificações específicas nessas matérias, podendo recorrer a métodos pedagógicos devidamente testados e validados, já o ensino do empreendedorismo, pelas suas características multifacetadas e interdisciplinares, implica o conhecimento de um leque mais alargado de matérias e de assuntos específicos (Bennett, 2006; Neck e Greene, 2011; Hunter, 2012).

A característica da interdisciplinaridade pode assim entender-se como um “ (...) conceito que resume a prática de interação entre os componentes do currículo – é uma estratégia pedagógica que assegura aos alunos a compreensão dos fenómenos naturais e sociais. (...) Para fazer as disciplinas interagirem, é preciso questionar conteúdos sob várias óticas e áreas; superar conceitos prontos buscando novos saberes; complementar as áreas relacionando-as em significado.” (Pardini e Santos, 2008, p. 166).

De acordo com Jack e Anderson (1999) citados em Heinonen (2007), o ensino do empreendedorismo envolve as artes (ex. pensamento criativo e inovador) e as ciências (ex. competências de gestão). Enquanto a “ciência” é possível ensinar com o recurso a métodos pedagógicos mais tradicionais, a “arte”, a questão da criação e da inovação, aparentemente não pode ensinar-se recorrendo aos mesmos métodos pedagógicos.

Segundo Neck e Greene (2011, p. 55) “O empreendedorismo é complexo, caótico e sem qualquer noção de linearidade (...)” contudo “ (...) o empreendedorismo e a educação para o empreendedorismo são hoje mais relevantes do que nunca.”. Nas palavras de Solomon (2007: p. 169) a “ (...) experiência empreendedora pode ser caracterizada como sendo caótica e mal definida, e as nossas pedagogias no ensino do empreendedorismo devem refletir estas características”.

O ensino do empreendedorismo está relacionado com o desenvolvimento da capacidade de atuar de forma empreendedora. Provavelmente, as atitudes e os comportamentos são mais importantes que o próprio conhecimento sobre a gestão de um negócio. Estas competências são difíceis de ensinar seguindo os métodos de ensino tradicionais, prevendo-se por isso que os professores adotem pedagogias mais ativas, mais centradas no aluno e recorrendo a exemplos práticos de aprendizagem do mundo real. Tudo isto representa um grande desafio para os professores, um novo papel a desempenhar: o professor passa a ser um “facilitador da aprendizagem” (CE, 2011).

Um bom professor de empreendedorismo deve ser apaixonado pelo que faz, possuir uma atitude positiva e ser capaz de inspirar os outros e, ter consciência que o seu principal papel é conduzir os seus alunos a atingir os objetivos. Deve ser um tipo de pessoa ativa e dinâmica, entusiasta para com os seus alunos e colegas. Deve possuir capacidade de abertura a novas ideias e uma forma lateral de pensar sobre novos temas e desafios. O professor de empreendedorismo deve ser um indivíduo bem inserido na sua comunidade, sendo capaz de

desenvolver redes de contactos e conhecimentos, com outras entidades/indivíduos. Deve, em última instância, possuir uma abordagem equilibrada, ser realista e profissionalmente responsável (CE, 2011).

Ensinar não é fácil, principalmente no caso do ES onde uma boa parte dos professores, receberam pouca ou nenhuma formação pedagógica. É também difícil ensinar, pois a maior parte dos educadores, independentemente do grau de experiência que detenham, possuem pouco ou nenhum controle sobre muitos dos aspetos importantes da vida dos estudantes e que afetam a forma como aprendem (Doyle, 2008).

São estes e muitos outros fatores que tornam a educação para o empreendedorismo, difícil e complicada tanto para educadores como para professores.

Tendo em consideração os desafios colocados aos professores de empreendedorismo, teve lugar em abril de 2011 a realização de um simpósio europeu de alto nível, focado na formação de educadores e professores em empreendedorismo, considerado um fator crítico de sucesso no ensino do empreendedorismo a nível europeu.

Deste simpósio resultou um catálogo de medidas intitulado “*The Budapest Agenda*”⁵ onde são identificadas várias ações a considerar no desenvolvimento da formação de professores em empreendedorismo, através do envolvimento do setor da educação, dos negócios e da comunidade em geral. As ações identificadas distribuem-se pelas seguintes quatro áreas temáticas: 1) formação inicial de professores; 2) apoio a nível nacional; 3) desenvolvimento profissional contínuo; 4) apoio escolar local, CE (2011).

Contudo, a educação para o empreendedorismo é também um fenómeno que merece ser estudado em profundidade, dado o seu enfoque no desenvolvimento do bem-estar social e económico (Seikkula-Leino *et al.*, 2010).

De acordo com Albornoz e Rocco (2009), a educação empresarial tradicional não tem ajudado muito a entender o que deverá ser a educação do empreendedorismo e tem confundido os

⁵ - Informações mais detalhadas sobre este documento podem ser consultadas em: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/education-training-entrepreneurship/teacher-education-entrepreneurship/index_en.htm, (24/01/2012)

investigadores e os profissionais, sempre que novos domínios da prática são descritos à luz de velhas interpretações. Enquanto a educação empresarial tradicional vê os estudantes e os indivíduos como decisores racionais, a educação do empreendedorismo exige uma nova abordagem na definição dos indivíduos e na sua interação com o mundo.

É sobre esta nova abordagem do indivíduo e na sua interação com o mundo, que o papel das Instituições de Ensino Superior e respetivos métodos e programas de ensino do Empreendedorismo assumem um papel determinante.

Existem várias evidências de que os empreendedores com formação superior contribuem mais para o desenvolvimento das economias regionais do que empreendedores com um nível de educação médio. Na base desta afirmação reside toda a investigação que aponta os empreendedores com um nível de formação superior, como sendo mais frequentemente inovadores, utilizam modelos de negócio mais modernos e tendem a basear os seus empreendimentos (projetos empresariais) na utilização de novas tecnologias (Pajarinen *et al*, 2006, citado em Taatila, 2010).

Assim, os objetivos da educação do empreendedorismo e os respetivos métodos pedagógicos necessitam de ser ajustados consoante o que professores/alunos pretendam atingir. Educar para o empreendedorismo (do inglês “*educate for entrepreneurship*”) significa criar um empreendedor, um indivíduo que está destinado a criar uma nova empresa, dotando-o das ferramentas necessárias à criação de um novo negócio (Co e Mitchell, 2006 citados em Mwasalwiba, 2010); aprender sobre empreendedorismo (do inglês “*learn about entrepreneurship*”) significa a obtenção de um entendimento geral sobre o empreendedorismo como um fenómeno, o que poderá passar pelo desenvolvimento de diversas ações de sensibilização junto dos *stakeholders* (políticos, financeiros, público em geral) sobre o papel do empreendedorismo na comunidade (Hytti e O’Gorman, 2004 citados em Mwasalwiba, 2010).

Os cursos “*for entrepreneurship*” focam-se em criar mentalidades empreendedoras nos alunos e ajudá-los a descobrir o que é ser empreendedor; os cursos “*about entrepreneurship*” destinam-se a ajudar os alunos a refletir sobre o conhecimento existente acerca dos recursos que podem melhorar a sua compreensão sobre um determinado tema (QAA, 2012).

Também se pode educar em empreendedorismo (do inglês “*educating in entrepreneurship*”) cujo objetivo é tornar os indivíduos mais empreendedores (inovadores) nas suas empresas ou locais de trabalho (Henry *et al.*, 2005; Kirby, 2004; Dreisler *et al.*, 2003 citados em Mwasalwiba, 2010). Segundo Kirby (2004) citado em Mwasalwiba (2010), também se pode educar através da empresa (do inglês “*educating through enterprise*”), situação que ocorre quando os educadores usam a criação de uma nova empresa, para auxiliar os estudantes a adquirirem um bom entendimento do mundo dos negócios.

Também Jamieson (1984) citado em Dominginhos e Carvalho (2009) sugere três diferentes categorias para a educação para o empreendedorismo, a saber: i) educação sobre a empresa (do inglês “*education about enterprise*”) com o objetivo de tomada de consciência sobre a criação de uma empresa; ii) educação para a empresa (do inglês “*education for enterprise*”) onde a aprendizagem está focada nas atitudes e competências associadas com a criação e gestão de novas empresas; iii) educação na empresa (do inglês “*education in enterprise*”) cujo alvo principal está nos empreendedores que já possuem negócios, procurando melhorar as suas competências de gestão.

Um estudo empírico, realizado por Ojasalo (2004) junto de empreendedores finlandeses, identificou um conjunto de fatores que visam aumentar a atratividade pelo empreendedorismo e pela sua aprendizagem. De entre os seis fatores identificados (educação empreendedora holística / menos medo de falhar e um desejo mais forte de ficar rico / um forte sentido de iniciativa e de responsabilidade / melhores benefícios sociais / melhor imagem do empreendedorismo nos Media / redução de impostos e pagamentos para os empresários), destaca-se a educação empreendedora holística, aqui mencionado como ponto de referência inicial às metodologias/conteúdos de ensino do empreendedorismo.

Algumas das orientações práticas decorrentes de uma educação empreendedora holística são:⁶

- Recordar que os empreendedores (empresários) fazem-se, não nascem assim;
- O ensino do empreendedorismo deve ser incluído em todos os níveis de ensino;

⁶ - Adaptado de OJASALO, Jukka, (2004), "Attractiveness and Image of Entrepreneurship: An Empirical Study", International Journal of Entrepreneurship, volume 8

-
- Os empresários devem ser envolvidos na educação a fim de criarem uma perspectiva prática do trabalho empresarial;
 - As vantagens de ser um empreendedor devem ser explicadas durante a educação;
 - Estimular a vontade e o desejo pelo empreendedorismo deve merecer a máxima prioridade, não bastando para isso apenas mostrar como funciona uma empresa;
 - A educação deve envolver a aquisição de todo o conhecimento relacionado com o empreendedorismo, a aquisição de competências e técnicas para analisar situações de negócios; identificar e estimular o empreendedorismo, o talento e as competências, desfazendo os preconceitos sobre o risco e a adversidade; desenvolver atitudes que levem à mudança e à tomada de iniciativa, incentivando o surgimento de *start-ups*;
 - Devem ser utilizados vários métodos pedagógicos, tais como a leitura, palestras, estudos de caso, discussões em grupo, apresentações, resolução de problemas, simulações, trabalhos em equipa, projetos, definição de objetivos, *brainstorming* pessoal, planeamento de carreira, consultoria, aprender fazendo (*“learning by doing”*), aprender a decidir sob pressão, interação com profissionais.

O ensino do empreendedorismo, no caso particular do ES, deverá capacitar os estudantes com conhecimentos específicos sobre como iniciar (e gerir) um negócio, elaborar um plano de negócios e, ser capaz de identificar e avaliar oportunidades. Deverá também incentivar e apoiar o desenvolvimento de ideias de negócio como potencial de mercado, disponibilizando alguns apoios específicos - incubadoras, instalações, empréstimos especiais, apoio e mentoria empresarial, etc. – (CE, 2002b).

Os métodos de ensino e conteúdos dos cursos sobre empreendedorismo devem ser ajustados com os objetivos a atingir e com o tipo de audiências. Um dos principais objetivos será o de procurar capacitar os estudantes para que adquiram os atributos, os comportamentos e as competências demonstrados pelos empreendedores de sucesso (Mwasalwiba, 2010).

De acordo com Politis (2008) citado em Taatila (2010), a educação do empreendedorismo deve focar-se no desenvolvimento da criatividade, do pensamento crítico e de reflexão entre os indivíduos.

Previamente à descrição de algumas das metodologias e conteúdos utilizados no ensino do empreendedorismo, importa igualmente perceber qual poderá ser o papel a desempenhar e qual a perceção dos educadores/professores sobre estas matérias, bem como sobre o estado atual das Instituições do Ensino superior em termos globais.

De acordo com os resultados obtidos por Gorman, Hanlon e King (1997) através da revisão de literatura realizada (período de 10 anos), posteriormente revalidados por Garavan e O’Cinneide (1994) e Shane e Venkataraman (2000), ambos citados em Bennett (2006), existe pouca uniformidade e uma grande dispersão nos programas e nos conteúdos que são ensinados nos cursos de empreendedorismo, facto que é atribuído a uma falta de coerência e entendimento no seio da academia, sobre um referencial teórico coeso na área do ensino do empreendedorismo. Segundo Albornoz e Rocco (2009), apesar dos programas de empreendedorismo possuírem algumas características básicas em comum, as atividades educativas parecem não partilhar metas comuns de ensino, devendo continuar-se a desenvolver esforços para estabelecer um quadro, sobre os resultados da aprendizagem, entre os professores de empreendedorismo.

Também de acordo com Fiet (2000a), enquanto não existir um referencial teórico estável sobre o empreendedorismo, todas as teorias correntes que visem explicar como é que os empreendedores têm sucesso são, de alguma forma imprecisas, contraditórias ou incompletas.

No caso do ES em Inglaterra e, tomando como referência algumas das conclusões obtidas pela investigação realizada por Bennett (2006), o perfil típico do professor de empreendedorismo é o de um indivíduo com cerca de 40 anos, com o grau de mestrado e quase sem nenhuma experiência comercial/empresarial. A maioria dos professores possui estudos (qualificações) na área da gestão, existindo também alguns exemplos de outros cientistas sociais, alguns economistas e um pequeno grupo de engenheiros. A maioria destes profissionais ensina empreendedorismo, recorrendo aos mesmos métodos usados noutras disciplinas, ou seja, palestras (aulas tradicionais), tutorias, leituras recomendadas e exames de avaliação final baseados em conteúdos teóricos. Poucos professores receberam treino/formação específica no ensino do empreendedorismo e, um em cada cinco, afirmou ter-se oferecido como voluntário para ensinar empreendedorismo. Tipicamente é dado um maior destaque ao ensino de competências relacionadas com a gestão, nos programas de ensino do

empreendedorismo, em vez do desenvolvimento de atributos pessoais tais como a criatividade e a inovação.

Segundo Fiet (2000b), os professores tornam-se chatos sempre que o estilo das suas aulas se torna previsível e sem quaisquer surpresas para os estudantes; os professores tornam-se irrelevantes quando falham na aplicação da teoria como uma ferramenta de resposta às questões dos estudantes, pois uma boa teoria passa sempre o teste da aplicabilidade e, quando se falha na sua aplicação de uma forma surpreendente e criativa, a falha é dos professores e não da teoria por não ser interessante ou não ter qualidade. O papel principal do professor deverá ser a obtenção da aprovação, por parte dos alunos, do contrato de aprendizagem e das respetivas competências a adquirir.

O ensino eficaz exige mais que a simples aquisição de competências. O professor necessita entender toda a teoria subjacente ao ensino e à aprendizagem, por forma a poder desenvolver e adaptar os seus próprios métodos, fazendo face às necessidades educacionais dos seus alunos em aula ou em qualquer outro momento de aprendizagem (Svinivki e McKeachie, 2011).

De acordo com Angelo e Cross (1993) citados em Albornoz e Rocco (2009), uma das formas mais promissoras de aperfeiçoar a aprendizagem é melhorando o ensino, devendo os professores tornar os seus objetivos explícitos e avaliar até que ponto os estão a alcançar.

As instituições de ES de hoje diferem também, em muito, das instituições de ensino superior do passado. De acordo com Wissema (2009), vivemos atualmente um período de transição da segunda para a terceira geração de IES, desde o final dos anos 50 (meados do Séc. XX)⁷. As IES vivem hoje novos modelos de comercialização e exploração do *know-how*, novas formas de organização, um maior esforço de marketing para atrair mais e melhores estudantes e colaboradores e enfrentam novas necessidades, formas e modelos de financiamento.

⁷ - Segundo o mesmo autor, a primeira geração de Instituições de Ensino superior situa-se no período compreendido entre meados do Séc. XII e finais do Séc. XVIII.

2.5. Estudar o ensino do empreendedorismo

O ensino do empreendedorismo pode ainda considerar-se em Portugal como um fenómeno emergente (Redford, 2008), sendo por isso importante compreendê-lo e analisá-lo.

O ensino do empreendedorismo e consequente promoção de capacidades empreendedoras no indivíduo são hoje alguns dos aspetos/preocupações centrais no seio da Academia, bem como nos objetivos de política pública no âmbito do ES.

A criação de currículos adequados ao ensino e aprendizagem do empreendedorismo nos últimos anos, atesta não só uma crescente procura por determinado tipo de matérias, como também uma crescente capacitação da oferta formativa por parte das instituições de ES.

O ensino do empreendedorismo não deve ser confundido com o ensino da gestão ou da economia, pois possui como principais objetivos a promoção da criatividade, da inovação e do autoemprego (CE, 2008a).

Pretende-se que os programas de formação em empreendedorismo habilitem os estudantes a pensar criativamente, a resolver problemas, a avaliar ideias de negócio com objetividade, a transformar ideias em negócios, a comunicar e a estabelecerem redes de contactos, a liderar e a avaliar projetos, a inovar, a demonstrar iniciativa e tolerância ao risco. Pode assim considerar-se a educação em empreendedorismo, como um processo de desenvolvimento de competências ao longo da vida (CE, 2008a; 2011).

Ainda a propósito do risco e da tolerância ao risco, o CNE – Conselho Nacional de Educação na sua “Recomendação sobre Educação para o Risco” recomenda que “(...) a escola deve assumir os riscos da experimentação de novas metodologias no ensino e aprendizagem, isto é, riscos pedagógicos; riscos que implicam ações práticas em que os alunos se envolvem em trabalhos com as mãos, com o corpo, no desporto, no laboratório, em programas de empreendedorismo, das artes, etc.” (CNE, 2011, p.10).

O ensino do empreendedorismo pode também ser visto como uma questão de cultura (sob a perspetiva institucional) ou como um estado de espírito (sob a perspetiva do indivíduo). Envolve também determinados comportamentos (compromisso de recursos, orientação para buscar oportunidades, entre outros) bem como a abordagem de determinadas situações

específicas, como por exemplo a criação de uma empresa ou a aquisição de um negócio existente (Fayolle e Klandt, 2006).

São necessários indivíduos criativos, inovadores e empreendedores para a criação de riqueza e crescimento económico e, é nestas vertentes que as instituições de ES têm um papel crucial a desempenhar (Volkman *et al.*, 2009).

Quer através da criação de novas empresas, quer como ato interno no seio de empresas/organizações já existentes (intraempreendedorismo), o empreendedorismo tem sido identificado como um dos principais impulsionadores do desenvolvimento económico (Wennekers e Thurik, 1999; Carree e Thurik, 2003; Rasmussen e Sorheim, 2006, citados em Teixeira e Davey, 2008).

Algumas estatísticas sobre a criação de novas empresas em economias mais desenvolvidas, revelam também o papel vital que é desempenhado pelas *start-ups*, na manutenção das dinâmicas económicas de crescimento. Nos Estados Unidos, por exemplo, os pequenos negócios representam cerca de 90% da criação de novos postos de trabalho e 70% de novos produtos e serviços (Potter, 2008).

Sendo o empreendedorismo ainda essencialmente uma matéria opcional ao nível das instituições de ES, normalmente proposta como unidade curricular (UC) autónoma, devem as instituições de ES introduzir o empreendedorismo como um elemento importante nos currículos, em várias disciplinas, e exigir ou estimular a participação dos seus estudantes em cursos de empreendedorismo (UE, 2006b).

A relevância do ensino do empreendedorismo e seu impacto em termos sociais e económicos, de acordo com o estudo desenvolvido por Charney e Libecap (2009), contribui para a formação de indivíduos autossuficientes e com maior apetência para a criação de novas empresas, novos produtos e serviços; produção de líderes nos negócios e na indústria; melhoria da capacidade dos estudantes na criação de riqueza; poderoso estímulo à inovação e deteção de novas oportunidades pelo recurso às novas tecnologias.

A nível socioeconómico e, tendo em consideração a atual conjuntura menos favorável, importa manter um acompanhamento em termos de atualização e adequação das matérias lecionadas, bem como a identificação e aplicação das melhores práticas existentes no ensino

do empreendedorismo, pois isso poderá significar a diferença entre o sucesso ou o fracasso na integração dos estudantes no mercado de trabalho.

No processo de integração dos estudantes no mercado de trabalho, importa distinguir entre empregabilidade e emprego, sendo que a empregabilidade consiste nas características e nas competências que o indivíduo possui para conquistar e manter um emprego.

De acordo com Yorke (2004) é um erro assumir que a obtenção de maior experiência, seja ao nível do ES ou não, é condição suficiente para melhorar a empregabilidade dos estudantes. Possuir experiência não garante por si só que o estudante possua e/ou desenvolva alguns dos pré-requisitos (cognitivo, social, prático entre outros), necessários à obtenção de um emprego.

O mesmo também se aplica relativamente aos currículos académicos, sendo que estes podem facilitar a obtenção de um emprego, mas não o garantem (Yorke, 2004).

Numa perspetiva de contribuir para uma maior empregabilidade dos estudantes do ES, através da inovação curricular e desenvolvimento de competências, Oliveira e Guimarães (2009) identificam cinco fases fundamentais, a saber: desenvolvimento de competências com valor de mercado; desconstrução curricular; redesenho curricular; mapeamento de competências transferíveis; treino e acompanhamento individual de cada estudante.

Por outro lado, o impacto do ensino do empreendedorismo no ES, ao nível do desenvolvimento das competências e da motivação dos estudantes, pode também ser motivo para uma redução das suas intenções empreendedoras, devido à tomada de consciência de todas as dificuldades inerentes à criação de um novo negócio/empresa (Oosterbeek, Praag e Ijsselstein, 2010).

2.6. Alguns métodos de ensino-aprendizagem

Segundo Liu e Shi (2007) citados em Westwood (2008), um método de ensino caracteriza-se por um conjunto de princípios, procedimentos ou estratégias a serem implementadas pelos professores para atingir a aprendizagem dos alunos que é esperada. Estes princípios e procedimentos são determinados, em parte, pela natureza do assunto/matéria a ensinar e pelas crenças nas teorias sobre a forma como os alunos aprendem (Westwood, 2008).

De acordo com Mwasalwiba (2010) citado em Arasti *et al.* (2012), a maioria dos autores classifica os métodos de ensino do empreendedorismo em dois grupos distintos: por um lado os “métodos tradicionais” constituídos essencialmente pelas aulas habituais e, por outro lado, os “métodos inovadores”, mais baseados na ação, os quais podem ainda ser classificados como “métodos passivos” ou “métodos ativos”. Segundo Bennett (2006) também citado em Mwasalwiba (2010), quando comparados com os “métodos passivos”, os “métodos ativos” pressupõem que o professor atue como facilitador da aprendizagem através da aplicação de métodos que possibilitem aos alunos a autodescoberta.

De acordo com Carrier (2007); Hindle (2007); Fayolle (2007); Fayolle *et al.* (2008); Lonappan *et al.* (2011), citados em Arasti *et al.* (2012) os métodos de ensino são classificados nas seguintes categorias: estudos de caso; discussões em grupo; apresentações individuais; relatórios escritos individuais; projetos em grupo; aulas tradicionais; oradores convidados; aprendizagem em ação; seminários; aprendizagem baseada na internet; gravações de vídeo (filmes).

Segundo Solomon (2007), verifica-se que os métodos mais tradicionais no ensino do empreendedorismo continuam a ser utilizados (ex. exigir aos alunos que elaborem um plano de negócios para aprender quase tudo sobre empreendedorismo e a gestão de empresas) mesmo apesar de se notar que as IES caminham na direção de um ensino do empreendedorismo mais baseado na partilha de conhecimentos, onde as discussões em sala de aula e as aulas dadas por convidados externos (normalmente, empresários), vão sendo mais frequentes.

Sobre a insistência na utilização de planos de negócio para o ensino do empreendedorismo, já diversos investigadores demonstraram que é difícil estabelecer um elo de ligação ou até uma relação de causa-efeito, entre o sucesso do empreendedor e a existência de um bom plano de negócios (Carrier *et al.*, 2004; Plaschka e Welsch, 1989; Reid e Smith, 2000; Zinger e LeBrasseur, 2003, todos citados em Carrier, 2007).

Num estudo realizado pela Comissão Europeia, com o objetivo de identificar o melhor tipo de programa de formação em empreendedorismo que promova e facilite a criação de novas empresas de base tecnológica, as três melhores técnicas de formação selecionadas foram: 1) aprender a apresentar planos de negócio a investidores; 2) apresentações (testemunhos) de verdadeiros empreendedores; 3) mesas redondas com investidores. De igual forma, as três

técnicas de formação menos apreciadas foram: 1) conferências; 2) técnicas relacionadas com o uso do vídeo e 3) uso das tecnologias de informação (CE, 2002a).

Analisando alguns métodos/conteúdos utilizados no ensino do empreendedorismo, Solomon (2007) através da realização de um estudo junto de universidades – dentro e fora dos Estados Unidos – obteve a indicação de que os métodos de ensino mais utilizados em cursos superiores, por ordem decrescente de utilização, são: 1) discussões; 2) planos de negócio; 3) oradores convidados; 4) estudos de caso; 5) aulas dadas por empresários; 6) projetos de investigação; 7) estudos de viabilidade; 8) estágios; 9) exercícios em sala de aula; 10) visitas a locais; 11) *Small Business Institute*⁸ e simulações em computador.

Já segundo Arasti *et al.* (2012) no estudo que desenvolveu junto de um conjunto de especialistas em métodos de ensino, sobre quais os melhores métodos para o ensino do empreendedorismo, identificou as discussões em grupo, os projetos em grupo, as simulações e a resolução de problemas práticos⁹, como os métodos com melhor aceitação na opinião dos especialistas. Estudos de caso, oradores convidados, realização de projetos a nível individual, desenvolvimento de um novo projeto empresarial e realização de visitas de estudo com cariz científico, contam-se também entre os restantes métodos de ensino possíveis, referidos pelos especialistas.

Um estudo realizado pela Comissão Europeia, junto de uma amostra de mais de 400 indivíduos (empreendedores, financiadores, formadores e apoiantes da criação de novos negócios), em todos os países da União Europeia, identificou os seguintes métodos de ensino de empreendedorismo, como os mais apreciados: 1) apresentação de planos de negócio a investidores; 2) apresentações (testemunho pessoal) realizadas por empreendedores; 3) mesas redondas com investidores. Por outro lado, os meios menos apreciados foram as conferências e as técnicas de formação com recurso ao vídeo ou tecnologias de informação (CE, 2002c).

⁸ - O *Small Business Institute* é uma organização formada nos Estados Unidos em 1976, com o objetivo de promover programas de formação em empreendedorismo e criação de empresas conjuntamente com as IES, baseados na consultoria/apoio, fornecido por estudantes do ensino superior, a pequenos negócios locais e regionais. Mais informação pode ser obtida no endereço: <http://www.smallbusinessinstitute.biz/>

⁹ - Resolução de problemas práticos, como tradução direta da expressão inglesa “problem-solving”

Relativamente ao recurso a meios e suportes tecnológicos no ensino do empreendedorismo, metade das IES oferece cursos sobre empreendedorismo na web; disponibiliza informação na web a estudantes e empresários; oferece ferramentas de gestão e assistência técnica *online* e possui cursos onde algumas das tarefas são executadas *online* (Solomon, 2007).

Os jogos e as simulações baseadas em computador assim como as simulações comportamentais são dois dos métodos a considerar. De acordo com Huebscher e Lendner (2010), na atual investigação existente parece evidente que os alunos aprendem com os jogos de simulação, mesmo apesar de não existirem ainda muitas evidências relativamente aos efeitos obtidos no ensino do empreendedorismo. Contudo, tendo em conta os resultados claros obtidos pelos autores, no final do estudo realizado, os mesmos recomendam que os seminários de jogos de simulação sejam utilizados no ensino do empreendedorismo (Huebscher e Lendner, 2010).

O recurso ao ensino do empreendedorismo através de vídeos/filmes é segundo Neck *et al.*, (1998) citado em Carrier (2007), uma poderosa ferramenta para formar empreendedores a nível universitário, pois permite não só ilustrar teorias e conceitos, como servir de ponto de partida para a análise de determinadas situações.

O ensino do empreendedorismo através da leitura de obras clássicas da literatura pode ajudar os estudantes a assimilarem lições fundamentais sobre o empreendedorismo, dando-lhes uma perspetiva do potencial e das exigências de uma carreira empresarial (Benson, 1992, citado em Carrier, 2007).

O emprego de histórias de vida (vidas exemplares) no ensino do empreendedorismo é, segundo Rae e Carswell (2000) citados em Carrier (2007), uma interessante forma de ensino do empreendedorismo, ao permitir que os alunos possam aprender com os erros e os sucessos de outros. O desempenho de papéis (do inglês “*role-playing*”) na educação dos estudantes sobre as emoções e o aprender com os erros, de acordo com Greenberg e Eskew (1993) citados em Carrier (2007) e em UE (2011c), permite obter resultados interessantes em situações onde os estudantes necessitem testar certos comportamentos e atitudes, em diversos contextos.

A aprendizagem centrada na oportunidade¹⁰ (reconhecimento e de uma oportunidade) espelha o processo central de aprendizagem, uma vez que a descoberta e busca por uma oportunidade é estimulada pela curiosidade e motivação da natureza humana em completar o que esteja incompleto, constituindo por isso uma fonte de motivação para aprender empreendedorismo (Rae, 2003; Albornoz e Rocco, 2009).

Uma oportunidade pode ser uma situação que já exista, ou uma que seja propositadamente criada pois não existiria de outra forma. Uma oportunidade pode ser algo que se reconhece no presente ou que apenas surgirá no futuro. Ter consciência das oportunidades é um aspeto fundamental no desenvolvimento e na aprendizagem de um comportamento empreendedor (Rae, 2007).

Tan e Ng (2006) propõem a adoção da aprendizagem baseada em problemas (do inglês “*problem-based learning*”), como uma alternativa viável no ensino e aprendizagem do empreendedorismo.

De acordo com os mesmos autores, muito do conhecimento existente nas mentes dos empreendedores experientes pode ser destilado, num conjunto de problemas práticos, para serem ensinados em sala de aula. Os autores afirmam que a educação do empreendedorismo pode colher benefícios da dinâmica inerente aos cenários de resolução de problemas, auxiliando os alunos a experimentar até alguma da ansiedade, excitação e ação associadas à criação de uma nova empresa.

Segundo Brown, (1999); Giges, (2000); Weaver e Solomon, (2003) citados em Tan e Ng (2006), algumas das competências essenciais nos empreendedores – pensamento crítico, a capacidade de pensar de forma interdepartamental e a tolerância à ambiguidade – podem ser desenvolvidas e estimuladas através do *problem-based learning*.

De acordo com Flanagan (2000) citado em Hynes *et al.* (2011), a aprendizagem baseada no trabalho (do inglês “*work-based learning*”) reúne o autoconhecimento, os conhecimentos práticos e o conhecimento formal, quando envolve a investigação e a resolução de problemas reais experimentados na prática.

¹⁰ - Do inglês “*opportunity-centred learning*”

Também Gray (2001) citado em Lineham (2008) identifica quatro formas diferentes de *work-based learning*: 1) *work-based learning* usado para aceder a programas de formação do ES (a experiência prévia dos empregados é reconhecida, pela instituição de ES, como uma forma válida de aprendizagem); 2) *work-based learning* como uma preparação genérica para a vida real (as instituições de ES incluem competências baseadas no trabalho profissional, no currículo dos seus cursos); 3) *work-based learning* como uma forma inicial de estudo (os empregados a tempo inteiro assumem o papel de alunos, adquirindo a sua formação no local de trabalho, com o apoio direto da instituição de ensino superior); 4) *work-based learning* como preparação para um futuro emprego (um período de trabalho experimental num ambiente industrial, comercial ou de serviços, é inserido nos cursos de ES).

Johnson *et al.* (2006), numa pesquisa exploratória, procuram identificar se o ensino do empreendedorismo no ES pode ser enriquecido através da criação de um modelo baseado num conjunto de determinadas disciplinas/cursos. Com base nos resultados obtidos, os autores propõem um quadro curricular que - i) satisfaça as necessidades curriculares dos três grupos base de disciplinas (baseadas na profissão¹¹, na indústria¹², na invenção¹³); ii) produza o mínimo de impacto curricular nos requisitos dos cursos, para permitir que um maior número de alunos possa aceder à informação base; iii) requeira o mínimo esforço de desenvolvimento ou sobrecarga de cursos oferecidos pela instituição, utilizando a sobreposição de requisitos entre as disciplinas; iv) incorpore a necessidade crucial de desenvolvimento das competências de comunicação em cada curso que é oferecido.

Baseados nos pressupostos do quadro curricular apresentado, Johnson *et al.* (2006) propõem um conjunto de cinco cursos a serem incluídos nos currículos, dos três grupos base de disciplinas no ES:

- Marketing Empresarial e Vendas – cobre as estratégias utilizadas pelos empreendedores, na criação e desenvolvimento da rede de distribuição dos seus

¹¹ - Disciplinas baseadas na Profissão: (ex. farmácia, medicina veterinária, contabilidade, psicólogos, etc).

¹² - Disciplinas baseadas na Indústria: (ex. marketing, finanças, ciências da computação, consultoria, etc).

¹³ - Disciplinas baseadas na Invenção: (ex. investigadores, cientistas, design de novos produtos, etc).

produtos ou serviços, através da análise e implementação de técnicas de marketing e vendas;

- Gestão de Recursos Financeiros e Empresariais – cobre tópicos relacionados com o financiamento e a contabilidade de novas empresas, preparando os empreendedores para a fase inicial de *start-up*;
- Gestão Empresarial – reflete sobre o papel crítico que é assumido e desempenhado pelos recursos humanos, em todo o processo empreendedor;
- Análise de Viabilidade e de Proteção de Propriedade Intelectual – aborda os aspetos fundamentais do *design* e introdução de um novo produto, análise de viabilidade e proteção da propriedade intelectual;
- Estratégia e Reconhecimento de Oportunidades – aborda os processos e as estruturas necessárias ao desenvolvimento de uma boa estratégia de negócio e avaliação de oportunidades de negócio.

Também Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) citados em Kuratko (2003), com base numa análise empírica sobre a educação do empreendedorismo, referem que esta deve incluir cursos nas áreas de negociação, liderança, desenvolvimento de novos produtos, pensamento criativo e inovação tecnológica. A tomada de consciência das opções de carreira para um empreendedor; o conhecimento das alternativas de financiamento por capital de risco; o conhecimento das necessidades em termos de propriedade intelectual e proteção das ideias; a tolerância à ambiguidade e incerteza e o conhecimento dos desafios inerentes a cada fase de desenvolvimento de uma nova empresa são, também, aspetos considerados importantes pelos autores na educação do empreendedorismo.

Na Europa, o método de ensino do empreendedorismo mais utilizado é a palestra em sala de aula. Muitas IES também recorrem, com frequência, aos estudos de caso (do inglês “*case studies*”), verificando-se ainda uma necessidade no desenvolvimento de estudos de caso locais.

De acordo com Hjorth e Johannisson (2009), aprender é tornar-se outra pessoa, criar e tornar-se utilizador de conceitos e competências que aumentam as possibilidades de viver bem e

melhor, pelo que a criação de ambientes interdisciplinares e estágios em novas empresas (*start-ups*) parecem ser aspetos fundamentais numa boa educação empresarial.

2.6.1. Student-centred learning¹⁴

Sendo também o método preconizado na implementação do processo de Bolonha, consideramos ser relevante tecer alguns comentários mais detalhados sobre o mesmo.

Jones e English (2004) criam um quadro conceptual para o ensino do empreendedorismo, baseado na identificação e avaliação de oportunidades; na comercialização de um conceito; no desenvolvimento de uma estratégia de entrada; na construção de um plano de negócios; estratégias de crescimento e recolha de proveitos do negócio. Segundo os autores, trata-se de uma estratégia de ensino modelada no próprio processo empreendedor.

Com base no quadro conceptual referido e para o ministrar do programa de ensino proposto, Jones e English (2004) propõem o modelo de aprendizagem centrada no estudante (do inglês “*student-centered learning*”) no qual os estudantes gozam de grande autonomia na forma como aprendem, quando aprendem e onde aprendem. Através do recurso a novas tecnologias e a métodos mais tradicionais, o objetivo é criar um ambiente no qual os estudantes se envolvam ativamente com o processo empreendedor, em vez de apenas o conhecerem sob o ponto de vista teórico.

A atual mudança de paradigma do ensino para a aprendizagem tem encorajado a transferência do poder do professor para o aluno. A transmissão de conhecimento focada essencialmente no professor (ex. as palestras / aulas tradicionais) tem sido cada vez mais criticada o que, naturalmente abriu caminho para o surgimento e crescimento da aprendizagem centrada no aluno, como abordagem alternativa (O’Neill e McMahon, 2005, citados em O’Neill, Moore e McMullin, 2005).

Conforme já anteriormente mencionado o processo de Bolonha estabelece também no ES um novo paradigma educativo, onde a aprendizagem passa a estar centrada no aluno, sendo por

¹⁴ - Aprendizagem centrada no estudante

isso inerente um maior envolvimento e participação deste, na construção e aquisição das suas próprias competências.

Uma breve comparação entre os métodos de aprendizagem centrados no estudante e os métodos de aprendizagem centrados no professor (do inglês “*teacher-centered learning*”), ajuda a entender melhor os atuais desafios vividos pelas instituições de ES.

Na Tabela 1, adaptada de Minter (2011), podem ver-se algumas das diferenças existentes entre estes dois métodos de aprendizagem.

Tabela 1 - Diferenças entre métodos de aprendizagem

Métodos de aprendizagem centrados no Aluno	Métodos de aprendizagem centrados no Professor
O focus ocorre em ambos: aluno e professor	O focus ocorre apenas no professor
Os estudantes interagem com o professor e com os outros estudantes – estão ativamente envolvidos	Os estudantes escutam o professor – o conhecimento é transmitido do professor para os alunos
Os estudantes respondem às suas próprias dúvidas e questões, usando o professor como fonte de informação - constroem o seu próprio conhecimento, juntando e sintetizando informação	O professor responde às questões dos alunos
Os estudantes podem escolher alguns dos tópicos a serem discutidos e desenvolvidos	O professor escolhe os tópicos a serem discutidos e desenvolvidos
Os estudantes fazem a autoavaliação da sua aprendizagem, conjuntamente com a avaliação feita pelo professor	Apenas o professor é que efetua a avaliação a aprendizagem dos alunos

O ambiente na sala de aula costuma ser ruidoso, animado e dinâmico.	O ambiente na sala de aula costuma ser silencioso e controlado
O professor e os alunos aprendem em conjunto	Apenas os estudantes são vistos como aprendizes (alunos)
O ênfase está na geração de melhores perguntas e aprender com os erros	O ênfase é dado às “respostas certas”

Fonte: Elaborado pelo autor e adaptado de Minter (2011)

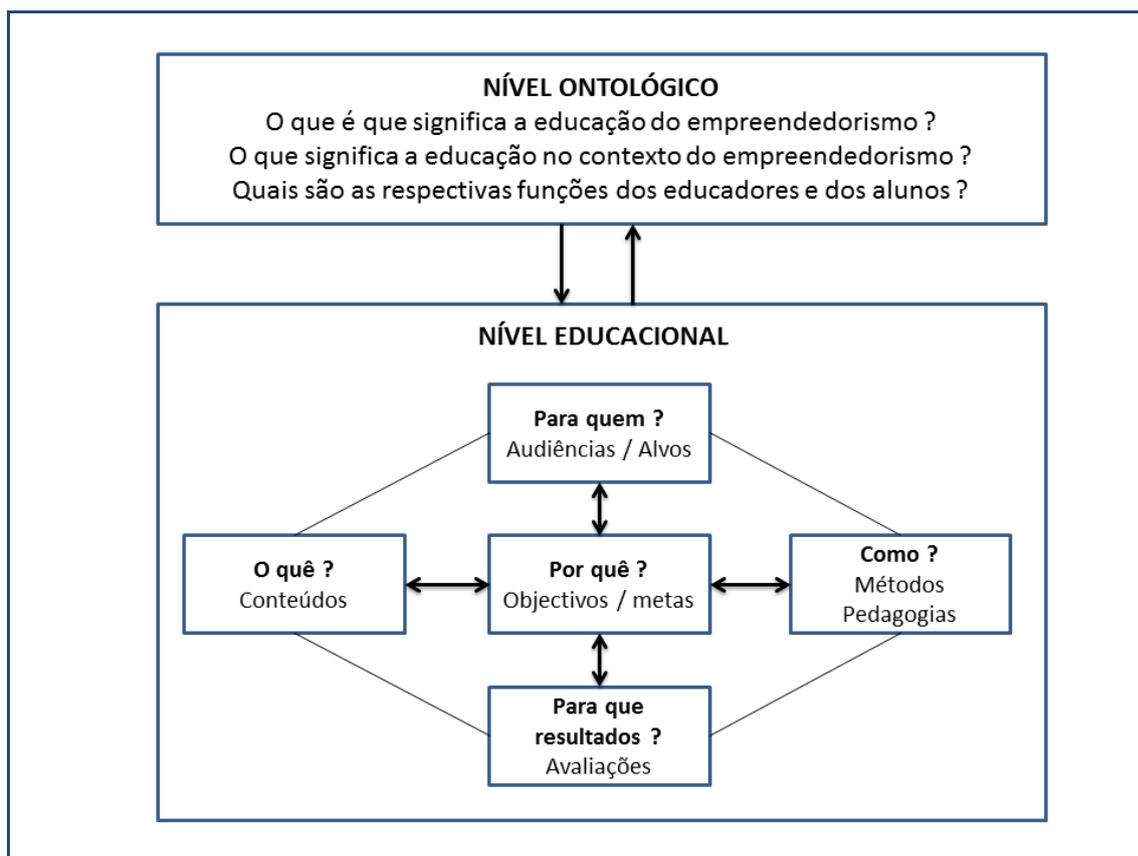
O método de aprendizagem centrado no estudante aborda o que os alunos precisam de aprender, quais as suas preferências de aprendizagem e que matérias consideram mais significativas ou interessantes. Neste método de aprendizagem assumem particular importância os seguintes aspetos: estimular a curiosidade e a motivação intrínseca dos alunos; ensinar os alunos a interligar os conhecimentos de uma forma significativa; promover a sua interação social e as relações interpessoais; encorajar a aprendizagem de estratégias de pensamento e de raciocínio; aprender a retirar significado da informação e da experiência (Duffy e Kirkley, 2004; Westwood, 2008).

Através de um estudo de análise de boas práticas junto de alguns professores distinguidos pelas suas práticas pedagógicas, Kember (2009) verificou que o método de aprendizagem centrado no estudante pode ser aplicado em qualquer área científica; melhora substancialmente o ensino focado na compreensão dos alunos; a avaliação que é efetuada; o relacionamento entre os alunos; a aprendizagem ativa e cooperativa; o relacionamento entre professores e alunos; a coerência do currículo; o *feedback* no apoio da aprendizagem e, também, a quantidade de trabalho que o aluno necessita desenvolver.

2.6.2. Modelo ontológico e educacional de Fayolle e Gailly

Na Figura 2 pode ver-se o quadro modelo de ensino para a educação do empreendedorismo proposto por Fayolle e Gailly (2008) o qual integra duas dimensões – ao nível ontológico e ao nível educacional - no ensino do empreendedorismo.

Figura 2 – Quadro modelo de ensino para a educação do empreendedorismo



Fonte: Elaborado pelo autor e adaptado de Fayolle e Gailly (2008)

Ao nível ontológico, Fayolle e Gailly (2008) apontam duas dimensões principais: i) por um lado uma definição e um reconhecimento claro sobre o que é (e não é) o empreendedorismo como uma área do ensino e, por outro lado, ii) apresentam uma definição sobre o que implica a educação para estudantes e educadores, no contexto do empreendedorismo.

Se, relativamente à primeira dimensão proposta parecem não existir grandes consensos, por via das dificuldades inerentes à própria definição do empreendedorismo, já na segunda dimensão, Bécharde e Grégoire (2005) citados em Fayolle e Gailly (2008), propõem três tipos diferentes de concepções no contexto da educação; o papel dos educadores e dos estudantes, o

significado e focus do ensino e quais os conhecimentos a transmitir no contexto do empreendedorismo:

1. Ensinar é: transmitir informações; garantir a apropriação do conhecimento; conversar com os alunos sobre o conhecimento;
2. Um professor é: um apresentador; um facilitador e um tutor; um treinador e um colaborador;
3. Os estudantes são: recetores passivos; participantes; e participantes ativos na co-construção do seu próprio conhecimento.

Ao nível educacional e, inspirados num modelo básico derivado das ciências da educação, Fayolle e Gailly (2008) levantam cinco questões como base de partida na elaboração e arquitetura de um programa de educação para o empreendedorismo:

1. Por quê (objetivos / metas) ?
2. Para quem (audiências / alvos) ?
3. Para que resultados (avaliação) ?
4. O quê (conteúdos) ?
5. Como (métodos / pedagogias) ?

Na questão “por quê (objetivos / metas)?”, os objetivos e as metas do ensino do empreendedorismo devem estar ligados a necessidades sociais e de aprendizagem, as quais podem surgir por parte de governos, de instituições (universidades, escolas de gestão e de engenharia, agências públicas, etc.), de empresas (grandes e pequenas empresas) e de indivíduos (estudantes, aspirantes a empreendedor, etc.). Os objetivos da aprendizagem podem estar relacionados com o desenvolvimento pessoal, com a tomada de consciência ou estado de espírito e cultura. Por outro lado, os objetivos socioeconómicos da educação para o empreendedorismo referem-se à transmissão de técnicas, ferramentas e formas de lidar com as situações a fim de aumentar as hipóteses de sobrevivência e sucesso, na criação de uma nova empresa (Fayolle e Gailly, 2008).

A questão “para quem (audiências / alvos)?”, devido à heterogeneidade dos públicos e dos conteúdos dos diversos cursos, levanta as maiores questões e dificuldades na preparação de um programa de ensino de empreendedorismo – na implementação da educação para o empreendedorismo. É fundamental, na fase de desenho e criação do curso, reunir toda a

informação sobre as características psicológicas, o *background* e o ambiente social dos participantes (Bécharde e Grégoire, 2005b, citados em Fayolle e Gailly, 2008).

Na questão “para que resultados (avaliação)?”, a avaliação é considerada como um elemento chave no modelo, devendo ser equacionada desde o primeiro momento em que se desenvolve um novo programa de ensino do empreendedorismo.

De acordo com Gartner e Vesper (1994) citados em Fayolle e Gailly (2008), a seleção dos critérios de avaliação deve conseguir responder à grande diversidade de objetivos que, habitualmente fazem parte dos programas de ensino do empreendedorismo. Os critérios de avaliação podem estar relacionados com algum tipo de conhecimento específico; algumas competências ou ferramentas; nível de interesse, consciência ou intenção; grau de motivação ou participação na sala, entre outros. A verdadeira avaliação dos programas de ensino do empreendedorismo deverá ter em conta os efeitos das variáveis tempo e contexto.

Na questão “o quê (conteúdos)?” e de acordo com Hindle (2007) e Johannisson’s (1991) ambos citados em Fayolle e Gailly (2008), são apontadas três dimensões principais, as quais orientam a estrutura e os conteúdos da educação do empreendedorismo: i) a dimensão profissional; ii) a dimensão espiritual; iii) a dimensão teórica.

- i) A dimensão profissional mais relacionada com o conhecimento prático assenta em três tipos de conhecimento: 1) Saber o quê (*Know-what*) – o que é necessário saber para decidir e agir numa determinada situação; 2) Saber como (*Know-how*) – saber como lidar com uma determinada situação; 3) Saber quem (*Know-who*) – quem são as pessoas mais importantes (úteis) e quais são as redes de contactos mais influentes, num determinado contexto.
- ii) A dimensão espiritual confere ao indivíduo a capacidade deste se posicionar no espaço (identificar as situações empreendedoras que sejam consistentes com o seu perfil) e no tempo (identificar os momentos na vida em que é possível e desejável envolver-se num projeto empreendedor), relativamente ao fenómeno do empreendedorismo. Os conteúdos devem estar focados em dois aspetos: 1) Saber por quê (*Know-why*) – o que é que determina as ações e o comportamento humano, os valores e a motivação, as atitudes dos empreendedores; 2) Saber

quando (*Know-when*) – quando é que é o tempo adequado para avançar? Qual é a melhor situação tendo em conta o meu perfil pessoal?

- iii) A dimensão teórica relaciona-se com o quadro do conhecimento teórico e científico que é importante e útil conhecer, por forma a melhor compreender o fenómeno do empreendedorismo.

Na questão “Como (métodos / pedagogias)?”, são abordados os métodos pedagógicos a utilizar no ensino do empreendedorismo. Alguns desses métodos podem envolver a criação ou avaliação de planos de negócio, o desenvolvimento do projeto de criação de uma nova empresa ou exercícios comportamentais ou simulações em computador. São também vários os meios de suporte e de comunicação desses métodos, nomeadamente, no campo das TIC¹⁵. Contudo, dado ainda não existir um método pedagógico universalmente aceite sobre o ensino do empreendedorismo, a escolha das técnicas e modalidades depende essencialmente dos conteúdos, dos objetivos e das restrições impostas pelo contexto institucional (Fayolle e Gailly, 2008).

O processo educativo está diretamente relacionado com diversos fatores e encerra várias restrições, como sejam por exemplo os fatores relacionados com o tempo e contexto em que ocorre o processo de aprendizagem; a duração dos programas de formação e a forma como o ensino do empreendedorismo é introduzido nos currículos; as condições materiais inerentes aos equipamentos utilizados (recursos educativos) e às características das próprias salas de aula; a qualidade e disponibilidade dos professores e do orçamento das instituições de ensino (Fayolle e Gailly, 2008).

Perante estas restrições Fayolle e Gailly (2008) propõem três processos diferentes de aprendizagem: 1) aprender a tornar-se um indivíduo empreendedor; 2) aprender a tornar-se um empresário (ou um especialista em empreendedorismo); 3) aprender a tornar-se um professor (académico ou investigador no campo do empreendedorismo).

De entre as várias dimensões chave que são apontadas pelos autores para cada um destes processos de aprendizagem, destacam-se o entendimento do empreendedorismo como um

¹⁵ - TIC – Tecnologias da Informação e Comunicação

conceito muito abrangente; a importância em recorrer a outros empreendedores como modelos de referência; o focus na dimensão profissional e prática da atividade (saber o quê, quem e como?) e, o adquirir competências e conhecimentos práticos que permitam atingir o sucesso como empresário, etc.

Este modelo será tomado como referência no trabalho empírico desenvolvido e, servirá também como enquadramento para os objetivos propostos inicialmente (ver Introdução).

Nesse sentido, adotam-se duas das proposições propostas por Fayolle e Gailly (2008), por estarem relacionadas quer diretamente com o presente modelo, quer também com os objetivos propostos para o presente estudo.

P1 – Cada programa de educação para o empreendedorismo deve basear-se numa conceção clara do empreendedorismo, levando a uma definição sem ambiguidades da própria educação para o empreendedorismo.

P2 – Dependendo dos objetivos e do perfil da audiência, os conteúdos de cada programa de formação em empreendedorismo, devem ser explicitamente definidos através de uma combinação das três dimensões (profissional, espiritual e teórica).

Capítulo 3 - O Ensino superior em Portugal

3.1. O sistema de ensino superior em Portugal

Não se pretende com esta secção fazer uma resenha histórica do Ensino Superior (ES) em Portugal, mas apenas caracterizar o sistema de ES nos seus moldes atuais.

Portugal possui um sistema de ES binário¹⁶, constituído por Ensino Universitário e Politécnico, público e privado, onde as instituições que o englobam possuem objetivos, características e programas diferenciados (Saraiva *et al.*, 2007).

Enquanto o ensino universitário se deverá orientar para uma oferta de formação científica sólida, agregando as diversas competências das unidades de ensino e investigação, o ensino politécnico deverá focar-se essencialmente numa formação mais vocacional e técnica, orientada profissionalmente (DR, 2007b).

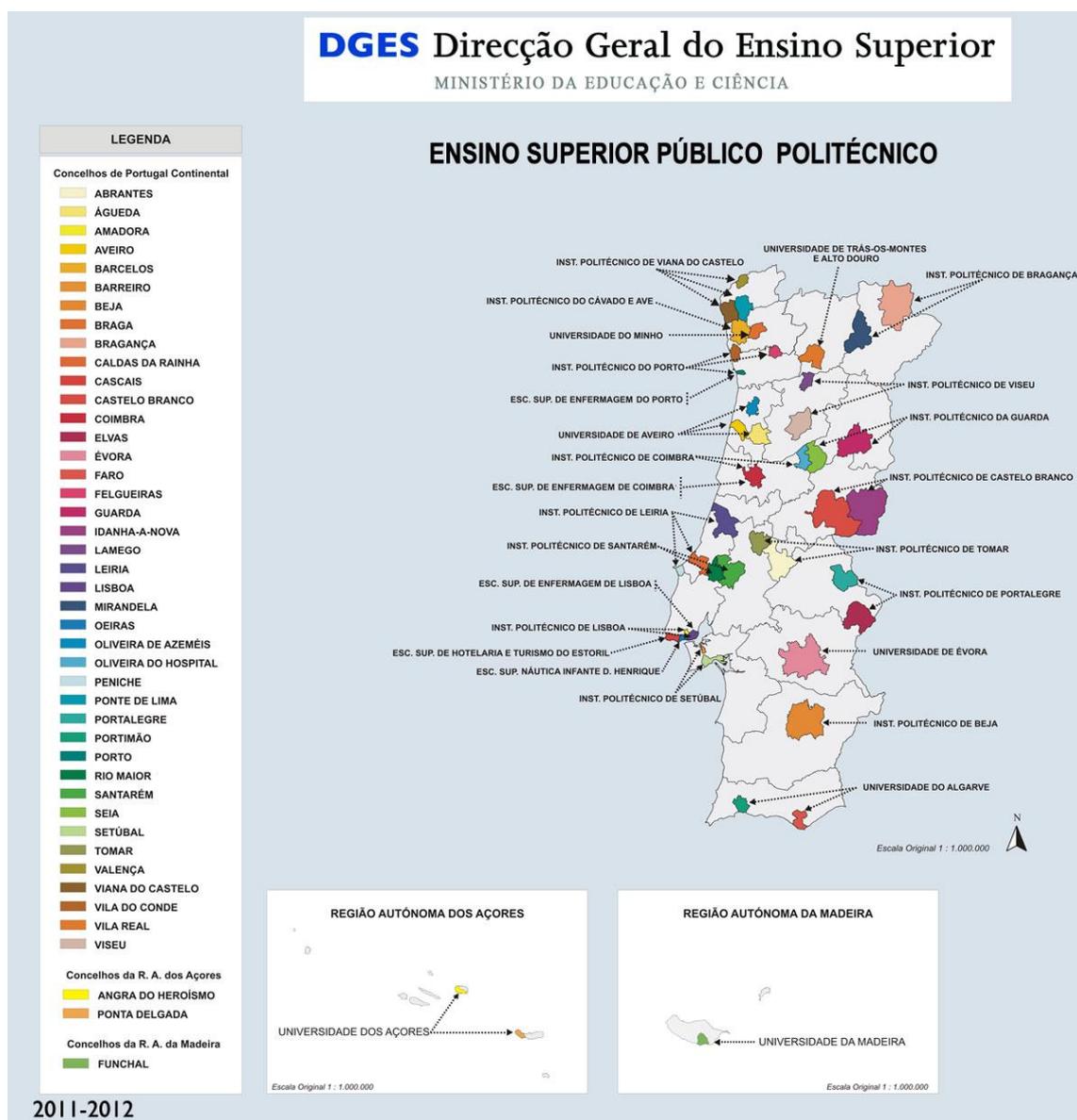
A rede pública nacional de ES é atualmente constituída por quinze Universidades, quinze IP's, cinco escolas superiores não integradas e catorze escolas superiores integradas nas universidades do Algarve, Açores, Aveiro, Évora, Madeira, Minho e Trás-os-Montes e Alto Douro, cobrindo todo o território nacional¹⁷ (CCISP, 2010a).

Ver Figura 3 sobre a rede atual de Ensino superior Público Politécnico em Portugal.

¹⁶ - Esta natureza binária do sistema de ensino superior, composta pelo subsistema politécnico e pelo subsistema universitário, possui reflexos ao nível da natureza do ensino ministrado pelas instituições, da diferente competência legal para conferir os graus académicos, do financiamento, dos estatutos das carreiras docentes e do nível de apoio para o desenvolvimento de atividades de investigação e, por fim, da qualificação dos respetivos corpos docentes (CCISP, 2006)

¹⁷ - Consultado em http://www.ccisp.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=27&Itemid=2 em 13/08/2011

Figura 3 - Rede de ensino superior público politécnico



Fonte: http://www.dges.mctes.pt/NR/rdonlyres/F4213181-E841-4148-B354-921BBADF686E/5778/Pub_Polit.jpg1

Integra também a rede privada de ES a Universidade Católica Portuguesa (ensino superior concordatário) com doze Faculdades, um Instituto Universitário e quatro Escolas Superiores.

Em conformidade com a Lei de Bases do Sistema Educativo¹⁹, assinalam-se algumas das principais diferenças entre as universidades e os IP's, as quais assentam em três pilares: i) na atribuição de graus académicos - apenas as universidades podem conferir o grau de doutor; ii) na natureza da investigação - fundamental e aplicada nas universidades, aplicada nos IP's; iii) na natureza da formação – mais conceptual nas universidades e mais teórico-prática nos IP's (CCISP, 2006).

Por via da publicação do DL 396/2007 de 5 de novembro, que institui a Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior²⁰ com o objetivo de avaliar e acreditar a qualidade do ensino superior em Portugal, todas as IES e respetivos ciclos de estudos, passam desde então a ser avaliados e acreditados por esta entidade (DR, 2007a).

No que respeita à distribuição territorial, enquanto os IP's apresentam uma distribuição mais homogénea (cobrindo todo o território nacional continental), as universidades tendem a localizar-se nos centros com maior densidade demográfica. Desta forma as instituições de ensino politécnico assumem um papel determinante no desenvolvimento das regiões, procurando responder aos desafios específicos de cada região, formando quadros técnicos, criando riqueza e sendo fonte de inovação, contribuindo para combater a desertificação do interior do país (CCISP, 2010a).

Na Lei nº 62/2007 de 10 de setembro – denominada Regime Jurídico das Instituições de Ensino superior – no seu Artigo 2º (Missão do ensino superior), pode ler-se que o “ensino superior tem como objetivo a qualificação de alto nível dos portugueses, a produção e difusão do conhecimento, bem como a formação cultural, artística, tecnológica e científica dos seus estudantes, num quadro de referência internacional. (...) [assim como] o dever de contribuir para a compreensão pública das humanidades, das artes, da ciência e da tecnologia, promovendo e organizando ações de apoio à difusão da cultura humanística, artística,

¹⁹ - Lei nº 46/86 de 14 de outubro, alterada pela Lei nº 115/97 de 19 setembro e alterada / republicada pela Lei nº 49/2005 de 30 de agosto (consultado online em: http://sigarra.up.pt/fep/pt/LEGISLACAO_GERAL.ver_legislacao?p_nr=78 a 08/05/2012)

²⁰ - Mais informações referentes a esta entidade (A3ES) podem ser consultados em <http://www.a3es.pt/pt>

científica e tecnológica, e disponibilizando os recursos necessários a esses fins.” (DR, 2007, pp. 6358-6359).

No mesmo diploma, no seu Artigo 7º (Instituições de ensino politécnico), pode ler-se que as instituições de ensino politécnico “são instituições de alto nível orientadas para a criação, transmissão e difusão da cultura e do saber de natureza profissional, através da articulação do estudo, do ensino, da investigação orientada e do desenvolvimento experimental.” (DR, 2007, p. 6359).

Importa igualmente tecer algumas considerações relativamente ao processo de Bolonha e, em particular, sobre algumas alterações que este veio introduzir no ES a nível nacional, a partir do ano de 2005, alterando as capacidades e competências a atingir no 1º e 2º ciclo de estudos (licenciaturas e mestrados) e, também, por via da introdução de um sistema de ensino-aprendizagem mais centrado no estudante.

As instituições estão a mover-se muito lentamente de um sistema de ensino-aprendizagem focado no professor como principal condutor da formação, para um sistema de ensino-aprendizagem centrado no estudante – as IES e o seu pessoal estão ainda em estágios iniciais de concretização das reformas sobre esta matéria (Crosier et al, 2007).

A criação de condições propícias à implementação de um sistema de ensino superior mais focado no estudante requer mudanças na mentalidade de todos os intervenientes e estruturas do ensino superior, tanto ao nível de base como na formulação das políticas de ensino, pois não é possível implementar um sistema de ensino-aprendizagem focado no estudante, sem a participação ativa deste ou, muitas vezes até, tendo de enfrentar atitudes negativas para com o próprio conceito (ESU, 2010; 2012).

No caso português e relativamente à definição do processo de aprendizagem centrada no estudante, nos documentos de orientação relativos à implementação do processo de Bolonha no ES, o estudante desempenha um papel central na organização das unidades curriculares

(EHEA, 2012), apesar de ainda existirem diversas necessidades de verdadeira adoção e adaptação a este método de aprendizagem em algumas IES a nível nacional²¹.

Ainda sobre a situação nacional, pode ler-se em Azevedo (2008, p.12-13) que se ...

“(...) tem que começar a praticar de forma generalizada métodos de ensino-aprendizagem mais interessantes, envolvendo muito mais os alunos ... o que não é fácil por duas razões principais – porque é exigente em trabalho e porque vai ser necessário vencer o conservadorismo dos atores envolvidos – professores e alunos. (...) Muitos alunos são muito conservadores e resistentes à mudança em hábitos de trabalho, que terão de ser alterados. (...) Terão que alterar de forma significativa a sua visão das suas obrigações (para lá dos direitos) e atitudes naquela que é a sua atividade principal nesta fase da vida. Hoje, com os novos métodos, terão mais responsabilidades no seu desenvolvimento e na sua autonomia profissional.”

Um outro problema persistente a nível nacional segundo Reis e Camacho (2009) consiste na grande dispersão da oferta formativa, com mais de 1000 designações de formações distintas, e onde a coerência entre designações das formações e respetivos perfis de formação, nem sempre apresentam a melhor relação. Consideram também os autores que subsiste ainda alguma falta de transparência e de rigor na oferta formativa que é apresentada, com todos os inconvenientes daí decorrentes, tanto para os candidatos ao ES como para os empregadores.

Segundo o Quadro Nacional de Qualificações²² os níveis seis e sete de qualificações²³, correspondentes ao 1º ciclo de estudos (licenciatura) e 2º ciclo de estudos (mestrado) respetivamente, passam a apresentar os resultados esperados ao nível da aprendizagem, conforme se pode ver na Tabela 2 (DR, 2009; CE, 2009b).

²¹ - Consulta online aos diversos artigos elaborados por ocasião da realização do “Encontro Nacional – Concretização do Processo de Bolonha em Portugal”, disponíveis em: <http://bolonha.ipcb.pt/index.php> (18/09/2012)

²² - O Quadro Nacional de Qualificações foi estabelecido pela publicação da Portaria n° 782/2009 de 23 de julho, o qual vem definir e caracterizar os diversos níveis de qualificações para cada um dos níveis de ensino a nível nacional (DR, 2009)

²³ - Os níveis de qualificações indicados, estão em conformidade com a classificação estabelecida pelo Quadro Europeu de Qualificações (EQF- European Qualifications Framework) – mais informação disponível em: <http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/AssuntosDiversos/FHEQ/> (15/10/2012)

Tabela 2 - Resultados esperados da aprendizagem

Níveis de Qualificação	Resultados da aprendizagem		
	Conhecimentos	Aptidões	Atitudes/Competências
Nível 6	Conhecimento aprofundado de uma determinada área de estudo ou de trabalho que implica uma compreensão crítica de teorias e princípios.	Aptidões avançadas que revelam a mestria e a inovação necessárias à resolução de problemas complexos e imprevisíveis numa área especializada de estudo ou trabalho.	Gerir atividades ou projetos técnicos ou profissionais complexos, assumindo a responsabilidade da tomada de decisões em contextos de estudo ou de trabalho imprevisíveis. Assumir responsabilidades em matéria de gestão do desenvolvimento profissional individual e coletivo.
Nível 7	Conhecimentos altamente especializados, alguns dos quais se encontram na vanguarda do conhecimento numa determinada área de estudo ou de trabalho, que sustentam a capacidade de reflexão original e ou investigação. Consciência crítica das questões relativas aos conhecimentos numa áreas e nas interligações entre várias áreas.	Aptidões especializadas para a resolução de problemas em matéria de investigação e ou inovação, para desenvolver novos conhecimentos e procedimentos e integrar os conhecimentos de diferentes áreas.	Gerir e transformar contextos de estudo ou de trabalho complexos, imprevisíveis e que exigem abordagens estratégicas novas. Assumir responsabilidades por forma a contribuir para os conhecimentos e as práticas profissionais e ou para rever os desempenho estratégico de equipas.

Fonte: Elaborado pelo autor e adaptado de DR, 2009 e CE, 2009b

3.2. Política, ensino superior e empreendedorismo

Na “Declaração de Lisboa”, documento final resultante da realização da XIX Cimeira Ibero Americana de Chefes de Estado e de Governo, realizada em 2009, destaca-se entre o conjunto das trinta e três medidas gerais que foram acordadas “(...) incentivar a implementação, nas Universidades, de estratégias de fomento do empreendedorismo e de valorização da investigação científica e tecnológica, que estejam ao serviço das comunidades e em consonância com a realidade e as necessidades dos nossos povos.”.

No contrato de confiança²⁴ assinado no início de 2010 entre o CCISP - Conselho Coordenador dos Institutos Superiores Politécnicos e o MCTES – Ministério da Ciência, Tecnologia e ES, referente a um programa de desenvolvimento do ES para o período de quatro anos entre 2010 e 2013, consta entre as orientações principais deste programa, a criação de um gabinete de empreendedorismo assim como o aumento da formação para o empreendedorismo (CCISP, 2010a; MCTES, 2010).

A integração do empreendedorismo nos diversos programas de desenvolvimento a implementar pelas instituições de ensino superior politécnico, em consequência da assinatura do contrato de confiança, verifica-se em onze das instituições subscritoras do documento –o que corresponde a 55% do total das vinte instituições de ensino superior politécnico, (CCISP, 2010b).

Também nas conclusões finais do estudo efetuado em 2004 pelo grupo de trabalho para a reorganização da rede do ES, é referido que a nível político se considera importante a “formulação de políticas adequadas, focalizadas em objetivos de grande relevo, que sejam assumidos como desígnios nacionais, ouvidos os atores intervenientes, de que são exemplos relevantes a definição de políticas integradoras e mobilizadoras de educação e formação, para

²⁴ - O “contrato de confiança” corresponde a um compromisso estabelecido entre o anterior governo (XVIII Governo Constitucional) e as Instituições de Ensino Superior Público em 11 de janeiro de 2010, onde são enumeradas diversas ações e responsabilidades mútuas, sustentadas pelo compromisso por parte das IES em formar cem mil novos licenciados até 2014, esperando para isso obter um reforço global orçamental na ordem dos 100 milhões de euros. Na atual conjuntura económico-financeira do país, o cumprimento deste compromisso pelas partes envolvidas, está seriamente ameaçado.

qualificação generalizada de cidadãos, e de políticas de investigação e desenvolvimento, associadas à criatividade, inovação, assunção de risco e empreendedorismo.” (Simão *et al.*, 2004, p. 10.4).

A missão das Universidades e demais instituições do ES, atualmente, não pode passar sem se considerarem um conjunto de conceitos como sejam a participação cívica, a aliança entre a ciência e a cultura, a inovação e competitividade, a independência e vanguarda de pensamento em articulação com a ética e transparência, a capacidade de procura incessante da excelência e do mérito, o empreendedorismo e a capacidade de risco (Simão *et al.*, 2004).

No Princípio de Educação para o Empreendedorismo (um dos dezasseis princípios orientadores da educação para o Séc. XXI), constante do programa mobilizador do ES para a Educação e Formação ao Longo da Vida (EFLV), é referido que “a Escola e a Universidade desenvolvem o espírito empresarial no sentido mais amplo, impulsionando a capacidade criativa e inovadora, a assunção do risco e associando-se a iniciativas de incubação de empresas ligadas a comunidades locais e a zonas de conhecimento emergentes” (Simão *et al.*, 2004, p. 7.31).

No Programa do atual XIX Governo Constitucional pode ler-se que o “Ensino Superior é essencial para o desenvolvimento do país quer através da qualidade dos diplomados, quer da investigação feita nas instituições, quer de mecanismos de transferência direta do saber com vista à criação de riqueza cultural e económica. O Estado tem um papel importante no acompanhamento de todas essas dimensões.” (PCM, 2011, p.119).

No mesmo documento, de entre as várias medidas que são referidas, destaca-se o “apoio à criação pelas instituições de Ensino Superior (...), de estruturas que apoiem o emprego dos diplomados, acolham o empreendedorismo e favoreçam a incubação de empresas.” (PCM, 2011, p. 121).

Pode igualmente ler-se, no mesmo documento, na secção intitulada “Inovação, Empreendedorismo e Internacionalização”, no que respeita às medidas que promovam a aproximação entre as universidades e a comunidade empresarial que importa “assegurar que os contratos de confiança com as universidades incluam metas para a criação de *spin-offs*, registo e licenciamento de patentes; introduzir no plano curricular e extracurricular métodos

de ensino transversais a todas as disciplinas que promovam a criatividade e o empreendedorismo” (PCM, 2011, p.38).

São várias as referências ao termo empreendedorismo, ao longo do mesmo documento, indiciando algum reconhecimento, por parte do atual governo, da sua importância em termos sociais e económicos para o país o que, entre outros fatores, terá dado origem à criação de uma Secretaria de Estado do Empreendedorismo, Competitividade e Inovação.

Em 21 de dezembro de 2011, foi publicado em Diário da República o Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação +e +i. Trata-se de um “programa estratégico governamental, com forte envolvimento da sociedade civil, que visa estimular o empreendedorismo e a inovação em Portugal.” (DR, 2011, p. 5351).

Este programa estratégico assenta em quatro áreas prioritárias de intervenção: i) “alargamento das competências da população, incluindo a população jovem e a socialmente desprotegida, das empresas e da Administração Pública”; ii) “dinamização da inovação, designadamente ao nível de produto, processos e tecnologia, por forma a promover a competitividade das empresas portuguesas”; iii) “estímulo ao empreendedorismo, promovendo um contexto favorável ao surgimento de projetos empreendedores e ao seu sucesso” e iv) “promoção destes objetivos através de adequados instrumentos de financiamento, com uma repartição justa dos fundos disponíveis pelas iniciativas de excelência”, reunindo um conjunto de medidas (designadas como “Medidas +e, +i”) para cada uma das quatro áreas de intervenção.²⁵

Em maio de 2012, a Assembleia da República publica na sua resolução nº 58/2012 um conjunto de recomendações ao Governo para a promoção de incentivos ao empreendedorismo jovem. Pode ler-se no nº 2 da resolução que deverá ser promovida “(...) uma maior sensibilização para o empreendedorismo em contexto escolar, desde o ensino básico e secundário até às instituições de ensino superior, de modo a criar, desde cedo, oportunidades na escola para que os jovens se sintam empreendedores e motivados para o empreendedorismo (...)”. Também no nº 3 da resolução se pode ler que deve ser promovida a “(...) introdução de conteúdos de gestão de projeto, gestão de risco, empreendedorismo e

²⁵ - Consultado em: <http://www.ei.gov.pt/programa/?rel=areas> em 23/07/2012

internacionalização de forma transversal aos vários cursos lecionados no ensino universitário e politécnico (ciências sociais, ciências exatas) como forma de dotar os alunos de maior conhecimento e capacidade de gestão, para que estes possam aplicar o seu conhecimento a casos práticos.” (DR, 2012, p.2352).

Constata-se assim o surgimento de diversas iniciativas ao nível de órgãos oficiais, relacionadas com o empreendedorismo nas suas diversas vertentes (educação e apoios diversos) – o empreendedorismo parece começar a ocupar um espaço próprio na agenda política e económica em Portugal e no espaço da União Europeia.

3.3. O ensino do empreendedorismo em Portugal e na Europa

As atitudes e o envolvimento das pessoas com o empreendedorismo varia bastante, nos diversos países membros da União Europeia, verificando-se mesmo as maiores diferenças em algumas regiões europeias. Em termos comparativos com os Estados Unidos, a dinâmica empreendedora na Europa é menor, os europeus envolvem-se menos que os americanos em novas iniciativas empreendedoras e os negócios na Europa também revelam uma tendência para crescerem menos que nos Estados Unidos (CE, 2003).

Neste sentido, o maior desafio para a Europa passa pela identificação de fatores chave que contribuam para a criação de um clima favorável, onde as iniciativas empreendedoras e os negócios se desenvolvam (CE, 2003).

O ensino do empreendedorismo pode ajudar a promover uma cultura mais inovadora e empreendedora na Europa, através da mudança de mentalidades e fornecendo as competências necessárias (Wilson, 2008).

No ano de 2006, resultado de um estudo efetuado junto de 22 Instituições de ES (IES), quarenta e um por cento dos cursos que existiam na altura, foram lecionados pela primeira vez em 2003 ou 2004, o que revela uma tomada de consciência da importância do ensino do empreendedorismo (Redford, 2008).

Ao nível da União Europeia, os sistemas de ensino e formação devem esforçar-se por proporcionar uma combinação certa de competências²⁶ e aptidões²⁷, dotando as pessoas das competências base, motivando-as e dando-lhes capacidade de aprendizagem, procurando incentivar o desenvolvimento de competências transversais, designadamente daquelas que permitam utilizar as modernas tecnologias digitais, promover o desenvolvimento sustentável e a cidadania ativa e estimular a criatividade, a inovação e o empreendedorismo (UE, 2011a).

Em outubro de 2006, a Comissão Europeia conjuntamente com o governo Norueguês organizou, na cidade de Oslo, uma conferência europeia sobre a educação do empreendedorismo. A conferência cobriu assuntos de âmbito político como práticas académicas empregues no ensino do empreendedorismo, em vários países europeus, em todos os níveis de ensino (CE, 2006b).

Desta conferência resultou um documento intitulado “*The Oslo Agenda for Entrepreneurship Education in Europe*”, contendo diversas propostas/ações aos mais variados níveis (nível europeu; nível dos Estados membro; autoridades educativas; autoridades regionais e locais, escolas e universidades; organizações intermediárias; empresas e empreendedores), podendo ser independentemente aplicadas e adaptadas a cada situação (CE, 2006b).

De entre todas as ações propostas na Agenda de Oslo, enumeram-se apenas as quinze ações respeitantes às escolas e universidades:

1. (D1) – Incorporar elementos de comportamento empreendedor (curiosidade, criatividade, autonomia, iniciativa e espírito de equipa), já no ensino primário (1º ciclo),
2. (D2) – A partir da escola primária, sensibilizar as crianças sobre o papel das empresas e dos empresários na sociedade;

²⁶ - Competências – “capacidade comprovada de utilizar o conhecimento, as aptidões e as capacidades pessoais, sociais e/ou metodológicas, em situações profissionais ou em contextos de estudo e para efeitos de desenvolvimento pessoal e/ou profissional (responsabilidade e autonomia)” (CE, 2009a, p. 11)

²⁷ - Aptidões – “capacidade de aplicar conhecimentos e utilizar recursos adquiridos para concluir tarefas e solucionar problemas” as quais podem considerar-se aptidões cognitivas por via da “utilização do pensamento lógico, intuitivo e criativo” ou, aptidões práticas por via da “destreza manual e o recurso a métodos, materiais, ferramentas e instrumentos” (CE, 2009b, p. 11)

-
3. (D3) – Disseminar, nas escolas, um livro com histórias de sucesso de jovens empresários, a fim de melhorar a imagem dos empresários como modelos para os mais novos;
 4. (D4) – Introduzir pedagogias inovadoras, em todos os cursos, como uma base necessária para a construção de um espírito empreendedor;
 5. (D5) – Como parte da avaliação de um programa ou curso em empreendedorismo, testar as competências dos estudantes e oferecer-lhes um certificado (“carta de condução empresarial”) como reconhecimento da aquisição de competências;
 6. (D6) – Associar estudantes a empresas reais e a empresários, a fim de garantir uma estreita relação com a experiência real dos negócios;
 7. (D7) – Permitir e apoiar a iniciativa espontânea de Associações de Estudantes, quando estas procuram estabelecer ligações com empresas e envolver os alunos em projetos empresariais;
 8. (D8) – Envolver ex-alunos (*alumni*) nas atividades da escola/universidade e em sala de aula (por exemplo, ex-alunos que iniciaram uma empresa);
 9. (D9) – Oferecer educação para o empreendedorismo a grupos desfavorecidos;
 10. (D10) – Estabelecimentos de ES devem integrar o empreendedorismo através de diferentes matérias nos seus programas de estudo, pois poderá acrescentar valor a todos os níveis de formação;
 11. (D11) – No ES trazer empresários para a sala de aula e envolver os alunos em projetos empresariais;
 12. (D12) – No ES aumentar a produção de casos de estudo Europeus para serem utilizados nas aulas;
 13. (D13) – Dar maior estima académica ao empreendedorismo: estabelecer bons programas de investigação e de doutoramento em empreendedorismo, por forma a criar uma “massa crítica” de futuros professores com esta competência específica;

14. (D14) – Encorajar estudantes, licenciados e investigadores com ideias de negócio viáveis comercialmente, a explorá-las através da constituição de uma empresa, disponibilizando uma série de serviços de apoio no seio da instituição (incubadoras, financiamento, orientação, etc.);

15. (D15) – Incorporar a avaliação sistematicamente em todos os programas.

Há já vários anos, em diversas Universidades nos Estados Unidos, que os currículos são organizados de uma forma multidisciplinar integrada, onde os estudantes são encorajados a envolverem-se em projetos com colegas de outras disciplinas, o que lhes permite obter novos conhecimentos e partilhar experiências sobre áreas distintas – engenharia, ciência, *design*, gestão (Wilson, 2008).

O quadro de referência sobre as competências chave para a Aprendizagem ao Longo da Vida²⁸, estabelecido pelo Conselho e pelo Parlamento Europeu em 2006, define oito competências chave, numa combinação de conhecimentos, competências e atitudes. A sétima dessas competências - sentido de iniciativa e empreendedorismo - refere-se à capacidade do indivíduo para transformar ideias em ação. Inclui criatividade, inovação e o assumir de riscos, bem como a capacidade de planear e gerir projetos com vista a alcançar determinados objetivos. Serve para apoiar o indivíduo na sua vida diária em casa e na sociedade, bem como no seu local de trabalho, habilitando-o a estar ciente do contexto do seu trabalho e ser capaz de aproveitar as oportunidades que possam surgir (UE, 2006a e 2007).

Sob o atual programa de orientação estratégica da União Europeia “Europa 2020”²⁹, a iniciativa “*Innovation Union*”³⁰ refere entre diversos objetivos que, a nível nacional, os

²⁸ O programa de Aprendizagem ao Longo da Vida (do inglês *Lifelong Learning Programme*), constitui um quadro de recomendações emitidas pelo Parlamento e pelo Conselho Europeu, com o objetivo de enquadrar um conjunto de competências-chave necessárias a todos os indivíduos ao longo da sua vida, num esforço de promoção e estímulo à aquisição de competências e aptidões por parte dos cidadãos europeus.

²⁹ “Europa 2020” consiste no programa estratégico de crescimento, lançado pela Comissão Europeia, para a próxima década. Informações detalhadas sobre todo o programa podem ser consultadas em: http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm (17/04/2012)

³⁰ “*Innovation Union*” é uma das 7 iniciativas emblemáticas, inseridas no programa estratégico “Europa 2020”, tendo como objetivos gerais desenvolver a inovação na Europa e revolucionar a forma como os setores público e privado trabalham em conjunto. Informações detalhadas sobre este programa podem ser consultadas em: http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm (17/04/2012)

Estados Membros da UE devem garantir uma oferta suficiente de diplomados em ciências, matemática e engenharia e focar-se no desenvolvimento de currículos escolares em inovação, criatividade e empreendedorismo (CE, 2010b).

O ensino do empreendedorismo ajuda a promover uma cultura mais empreendedora e inovadora na Europa, mudando mentalidades e dotando os indivíduos das competências necessárias. Segundo Wilson (2008), devido aos sistemas de Segurança Social europeus e a todos os apoios disponibilizados por essa via, os indivíduos estão menos dispostos a correr riscos, acabando esta atitude por ser reforçada ao nível do ES, o qual tem estado tradicionalmente focado em assegurar que os estudantes consigam garantir um emprego, em vez de se tornarem empreendedores.

Em Portugal predomina um ensino do empreendedorismo mais académico e programático do que profissional, ministrado em sala de aula e focado essencialmente em aspetos curriculares ou letivos, muito orientado para formar indivíduos dependentes (trabalhadores por conta de outrem), favorecendo pouco o empreender (Parreira, Pereira e Brito, 2011; Bucha, 2011).

Urge transformar este ensino, numa forma mais dinâmica e evolutiva, onde os saberes não sejam impostos de forma unilateral (professor > aluno), mas onde seja fomentada uma maior interação e participação por parte dos alunos em todo o processo de aprendizagem, através da adoção de métodos de ensino mais empreendedores (Bucha, 2011).

Existe uma necessidade crescente de fomentar o empreendedorismo, não só pela via da criação do próprio posto de trabalho, como também através da criação de mecanismos de estímulo à criatividade e à inovação junto de alunos e docentes (Saraiva *et al.*, 2007).

A maior parte das justificações para o ensino do empreendedorismo assenta numa base mais económica do que social. Sendo o empreendedorismo apontado como a panaceia para alguns dos problemas económicos, especialmente o emprego, o ensino do empreendedorismo deve contribuir para influenciar atitudes, valores e a cultura da comunidade em geral (Mwasalwiba, 2010).

Os políticos, as Instituições do ES, a formação profissional e a comunidade empresarial necessitam de trabalhar em conjunto para aproveitar todo o potencial e oportunidades criadas através do empreendedorismo, contribuindo assim para alimentar o motor do crescimento económico preparando e formando os jovens, no desenvolvimento das suas competências

ligadas ao empreendedorismo, os quais irão competir num mundo altamente competitivo e global (Wilson, 2008; GEM, 2007).

Quando se analisam os resultados obtidos no estudo Portugal GEM 2010, verifica-se que, ao nível da educação e formação respeitante ao ES, se constata uma ligeira melhoria relativamente aos valores obtidos em 2007, no que respeita ao nível da educação ministrada em negócios e gestão, como sendo essa a melhor forma de garantir uma boa preparação para a criação de novos negócios/empresas (GEM, 2010).

© 2012 Fernando J. A. Angelino

Capítulo 4 - Metodologia

A presente investigação tem como objetivos a identificação dos métodos pedagógicos e conteúdos utilizados no ensino do Empreendedorismo, nos quinze IP's públicos a nível nacional. Procurar-se-á também identificar a relevância e adequação desses mesmos métodos e conteúdos no ensino do Empreendedorismo, recolhendo a opinião direta dos docentes de Empreendedorismo, bem como procedendo a uma análise de conteúdo das fichas de UC, de todas as unidades curriculares de Empreendedorismo ou similar, existentes nos vários cursos.

Complementarmente serão analisados os Estatutos de todos os IP's procurando identificar ocorrências do termo “empreendedor” ou seus derivados, procurando recolher indícios da importância atribuída ao empreendedorismo, no seio de cada uma das instituições.

Dada a natureza quantitativa e qualitativa da informação necessária para a realização deste estudo, optou-se por uma abordagem multimétodos (quantitativo e qualitativo) pois, de acordo com os objetivos pretendidos parece-nos ser o caminho metodológico mais coerente.

Não se optou, exclusivamente, por um paradigma de investigação mais positivista (quantitativo) ou mais interpretativo (qualitativo), pois segundo Lukas & Santiago (2004) citados em Coutinho (2011, p. 30), “ (...) o confronto entre os defensores e detratores dos diferentes paradigmas limitou-se a uma série de acusações e críticas mútuas com forte carga ideológica e emocional que em pouco ou nada contribuiu para melhorar a qualidade da investigação em CSH [Ciências Sociais e Humanas].” Assim, tem-se vindo a notar uma crescente integração das perspetivas metodológicas quantitativa e qualitativa, deixando perspetivar um futuro de complementaridade metodológica (Wiersma, 1995; Crotty, 1998; citados em Coutinho, 2011).

Numa perspetiva quantitativa, os dados foram obtidos através de um inquérito por questionário, dirigido aos docentes das unidades curriculares de Empreendedorismo ou similar, a funcionar nos cursos de 1º e 2º ciclo, nas diversas unidades orgânicas de cada IP. Os dados são então tratados e apresentados através de estatística descritiva, procurando organizá-los e descrevê-los de forma clara, podendo assim revelar diferenças, relações e/ou padrões (Coutinho, 2011).

A nível conceptual, a pesquisa quantitativa procura centrar-se na “ (...) análise de factos e fenómenos observáveis e na medição/avaliação de em variáveis comportamentais e/ou sócio-afetivas passíveis de serem medidas, comparadas e/ou relacionadas no decurso do processo da investigação empírica.” (Coutinho, 2011, p. 24).

Numa perspetiva qualitativa, os dados foram obtidos através da identificação e recolha das informações constantes nas fichas das unidades curriculares de Empreendedorismo ou similar, ministradas nos cursos de 1º e 2º ciclo, junto das diversas unidades orgânicas de cada IP. Os dados foram estruturados e analisados recorrendo ao método de análise de conteúdo definido por Krippendorff (2004) como uma ferramenta científica e um método de investigação que fornece novas pistas, aumentando a compreensão do investigador sobre fenómenos particulares ou informações práticas.

A análise de conteúdo consiste na técnica que permite avaliar, de uma forma sistemática um determinado corpo de texto, procurando identificar/desvendar e quantificar a ocorrência de termos, frases ou outros temas considerados fundamentais e que permitam ser comparados posteriormente (Coutinho, 2011) ou, nas palavras de Marshall & Roosman (1989, p.98) citados em (Coutinho, 2011, p. 193), a análise de conteúdo “é uma forma de perguntar um conjunto fixo de questões aos dados de modo a obter resultados contáveis.”.

De acordo com Bardin (2009), o método de análise de conteúdo consiste em três fases ou pólos cronológicos distintos: i) a pré-análise; ii) a exploração do material; iii) o tratamento dos resultados (interpretação e inferência).

Na fase da pré-análise, é onde se procede à escolha e seleção dos documentos a analisar; onde se formulam algumas hipóteses e/ou objetivos e; onde se elaboram os indicadores que fundamentem a interpretação final. É nesta fase que é construído o *corpus* da investigação a desenvolver ou seja, se organiza o “(...) conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos.” (Bardin, 2009, p. 122).

Durante a fase da pré-análise devem observar-se as seguintes regras: regra da exaustividade (todos os documentos relevantes devem ser considerados para efeitos de análise, de constituição do *corpus* da investigação); regra da representatividade (a amostra deve representar o universo); regra da homogeneidade (os dados devem ser referentes ao mesmo tema, obtidos por métodos iguais e recolhidos por indivíduos semelhantes); regra da

pertinência (os documentos a analisar devem constituir uma fonte de informação adequada ao conteúdo e objetivo da pesquisa). (Coutinho, 2011; Bardin 2009).

A fase de exploração do material, a mais longa e demorada de todas as fases, consiste em operações de codificação, decomposição e ordenação dos dados analisados, procurando reduzi-los a um nível de maior abstração e simplicidade (Bardin, 2009).

Por último, a fase do tratamento dos resultados consiste na interpretação e apresentação dos resultados obtidos. É a fase onde os “resultados em bruto são tratados de maneira a serem significativos (falantes) e válidos.” (Bardin, 2009, p.127).

No caso específico da análise efetuada aos objetivos constantes nas fichas das UC's, tomou-se como referência a taxonomia dos objetivos educacionais de Bloom, no seu domínio cognitivo - relacionado com o aprender, com o dominar um conhecimento, com o desenvolvimento intelectual de habilidades e atitudes, como o conhecimento é adquirido e usado na resolução de problemas diários – Lomena (2006), Guskey (2001), Bloom *et al.* (1956); Clark (2006), Anderson *et al.* (2001), todos citados em Ferraz & Belhot (2010).

De acordo com Bloom *et al.* (1956) e com Ferraz & Belhot (2010) a taxonomia original³¹ do domínio cognitivo compreende seis categorias distintas: i) **Conhecimento** (capacidade de recordar informações específicas e isoladas, que pode implicar recordar uma quantidade significativa de informações ou factos específicos – o principal objetivo desta categoria é trazer à consciência esses conhecimentos.); ii) **Compreensão** (capacidade de compreensão, interpretação e explicação de mensagens, dando significado ao conteúdo e aplicando-a em diferentes contextos - esta capacidade pode ser demonstrada através da tradução do conteúdo numa nova forma (escrita, oral, esquemas, etc) ou contexto.); iii) **Aplicação** (capacidade de utilizar e aplicar informações, métodos e conteúdos aprendidos (conhecimentos e competências adquiridas) em novas situações concretas - isto pode implicar a aplicação de regras, modelos, conceitos, princípios, leis e teorias); iv) **Análise** (capacidade de repartir o

³¹ - Anderson, Krathwohl e Airasian (2001) citados em Ferraz & Belhot (2010), propuseram uma nova estrutura à taxonomia de Bloom, criando uma tabela bidimensional, onde as categorias assumem as seguintes novas designações: Lembrar; Entender; Aplicar; Analisar; Avaliar e Criar. Também nesta nova estrutura a dimensão “Conhecimento” assume quatro áreas distintas, a saber: Conhecimento efetivo; Conhecimento conceptual; Conhecimento procedimental; Conhecimento metacognitivo. Esta nova estrutura da taxonomia de Bloom não é abordada no presente estudo.

conteúdo nas suas partes constituintes e detetar como estas estão relacionadas e organizadas - esta capacidade pode incluir a identificação das partes, análise do relacionamento entre as partes e reconhecimento dos princípios organizacionais que estão envolvidos – implica a compreensão do conteúdo e a estrutura do objeto de estudo); v) **Síntese** (capacidade de reunir informações em busca de soluções para os diversos problemas ou dificuldades – capacidade de agregar e juntar partes para criar um novo todo – esta capacidade implica a elaboração de uma comunicação única, de um plano de operações ou de um conjunto de relações abstratas; vi) **Avaliação** (capacidade de tomar decisões sobre ideias, trabalhos, soluções, métodos, materiais – tomar decisões baseadas em critérios bem definidos e que podem ser externos ou internos, podendo ser fornecidos ou identificados conjuntamente – interpretar e avaliar o valor do conhecimento).

A adoção da taxonomia de Bloom na definição e alinhamento dos objetivos educacionais em programas de ensino do Empreendedorismo tem merecido uma atenção crescente no seio da academia, fornecendo um quadro adequado na aprendizagem, ensino e avaliação de competências empreendedoras (Leach, 2007; Latip *et al.*, 2009).

A análise dos objetivos constantes nas fichas das UC's, à luz da taxonomia de Bloom incidirá, entre outros aspetos, no levantamento e registo dos verbos de ação utilizados na definição dos objetivos, conforme proposto por Ferraz & Belhot (2010, p. 426), para cada uma das seis categorias da taxonomia de Bloom:

Conhecimento:

Verbos: enumerar, definir, descrever, identificar, denominar, listar, nomear, combinar, realçar, apontar, relembrar, recordar, relacionar, reproduzir, solucionar, declarar, distinguir, rotular, memorizar, ordenar e reconhecer;

Compreensão:

Verbos: alterar, construir, converter, decodificar, defender, definir, descrever, distinguir, discriminar, estimar, explicar, generalizar, dar exemplos, ilustrar, inferir, reformular, prever, reescrever, resolver, resumir, classificar, discutir, identificar, interpretar, reconhecer, redefinir, seleccionar, situar e traduzir;

Aplicação:

Verbos: aplicar, alterar, programar, demonstrar, desenvolver, descobrir, dramatizar, empregar, ilustrar, interpretar, manipular, modificar, operacionalizar, organizar, prever, preparar, produzir, relatar, resolver, transferir, usar, construir, esboçar, escolher, escrever, operar e praticar;

<u>Análise:</u>	Verbos: analisar, reduzir, classificar, comparar, contrastar, determinar, deduzir, diagramar, distinguir, diferenciar, identificar, ilustrar, apontar, inferir, relacionar, selecionar, separar, subdividir, calcular, discriminar, examinar, experimentar, testar, esquematizar e questionar;
<u>Síntese:</u>	Verbos: categorizar, combinar, compilar, compor, conceber, construir, criar, desenhar, elaborar, estabelecer, explicar, formular, generalizar, inventar, modificar, organizar, originar, planejar, propor, reorganizar, relacionar, revisar, reescrever, resumir, sistematizar, escrever, desenvolver, estruturar, montar e projetar;
<u>Avaliação:</u>	Verbos: Avaliar, averiguar, escolher, comparar, concluir, contrastar, criticar, decidir, defender, discriminar, explicar, interpretar, justificar, relatar, resolver, resumir, apoiar, validar, escrever um <i>review</i> sobre, detetar, estimar, julgar e selecionar.

Para além das respostas dos docentes e da análise exploratória de conteúdo às fichas das unidades curriculares de Empreendedorismo ou similar, procedeu-se também à análise sumária dos Estatutos de cada um dos quinze IP's nacionais, procurando identificar a relevância atribuída ao Empreendedorismo no seio de cada instituição, através da eventual inscrição do termo “empreendedor” ou seus derivados, no respetivo articulado.

Nesta perspetiva e a nível conceptual, o “ (...) objeto de estudo na investigação não são os comportamentos, mas as intenções e situações, ou seja, trata-se de investigar ideias, de descobrir significados nas ações individuais e nas interações sociais a partir da perspetiva dos atores intervenientes no processo.” (Coutinho, 2011, p. 26).

Também a um nível conceptual, o modelo ontológico e educacional de Fayolle e Gailly (2008), anteriormente exposto na Secção 2.5.2. será igualmente considerado na análise aos resultados obtidos no presente estudo.

Esta investigação possui um horizonte descritivo, pois de acordo com Gil (1989) citado em Dias (2010, p. 86) a mesma tem como objetivo “ (...) obter de modo claro as características de um indivíduo, de uma situação ou de um grupo (...)”.

Tomaremos como orientação e referência na exploração e análise dos resultados, o modelo ontológico e educacional que é proposto por Fayolle e Gailly (2008) conforme anteriormente descrito e apresentado na Secção 2.5.2. do presente estudo.

Procuraremos encontrar respostas/sugestões para as diversas dimensões de análise que são propostas no modelo de Fayolle e Gailly (2008), através da análise aos dados do questionário, da análise de conteúdo realizada sobre as fichas das UC's e, por último, da análise exploratória realizada aos Estatutos dos IP's.

4.1. Plano metodológico adotado

Para a prossecução desta investigação, foram percorridos os seguintes oito passos:

1. Identificação dos contactos institucionais de cada um dos quinze IP's a analisar;
2. Identificação das Unidades Orgânicas pertencentes a cada IP e respetivos contactos institucionais;
3. Identificação de todos os cursos de 1º e 2º ciclo ministrados em cada Unidade Orgânica;
4. Identificação de todas as Unidades Curriculares de Empreendedorismo ou similar, existentes em todos os cursos de 1º e 2º ciclo, em cada uma das Unidades Orgânicas;
5. Identificação dos docentes de cada UC de Empreendedorismo ou similar, em todos os cursos de 1º e 2º ciclo, em cada uma das Unidades Orgânicas;
6. Recolher a opinião desses docentes, através de um inquérito por questionário, sobre diversos aspetos relacionados, entre outros fatores, com o ensino do Empreendedorismo nas suas instituições;

-
7. Obter de cada UC de Empreendedorismo ou similar a respetiva ficha de UC³², para realizar uma análise exploratória de conteúdo sobre os objetivos da formação; os métodos de ensino adotados; a bibliografia sugerida, entre outros aspetos;
 8. Obter junto de cada IP uma cópia dos respetivos Estatutos, para analisar o destaque e a relevância concedidos ao Empreendedorismo em cada uma das instituições.

4.2. População e amostra

Considera-se como população no presente estudo a oferta formativa total dos 1047 cursos de 1º e 2º Ciclo a nível nacional e como amostra os 197 cursos de 1º e 2º Ciclo que possuem UC de empreendedorismo ou similar.

Foi inicialmente identificada (agosto 2011) a nível nacional nos 15 IP's uma oferta formativa total de 1047 cursos, sendo 595 (57%) cursos de 1º Ciclo (Licenciatura) e 452 (43%) cursos de 2º Ciclo (Mestrado)³³. Através de uma amostragem não probabilística - amostragem por conveniência -, de entre o total da oferta formativa identificada a nível nacional, selecionaram-se 197 cursos (159 (80,7%) cursos de 1º Ciclo e 38 (19,3%) cursos de 2º Ciclo) que possuíam uma UC com a designação de "Empreendedorismo" ou similar, conforme se pode verificar na Tabela 3.

³² - A informação referente às fichas das UC's nem sempre se encontra publicamente disponível/acessível. Nas diversas situações em que tal ocorria, foi solicitado diretamente a disponibilização dos referidos documentos, aos coordenadores de cada um dos respetivos cursos. Foram várias as situações em que esta solicitação não obteve qualquer resposta.

³³ - Em julho de 2012, a oferta formativa então disponibilizada pelos 15 Institutos Politécnicos, era constituída por 515 cursos de 1º Ciclo e 470 cursos de 2º Ciclo. Esta informação foi atualizada online, através de uma consulta efetuada aos websites de todos os Institutos Politécnicos e respetiva oferta formativa.

Tabela 3 – População e amostra

INSTITUIÇÕES	OFERTA FORMATIVA Cursos		1º + 2º / Total Nac.	Cursos com UC Empreendedorismo ou similar		1º + 2º / Total Nac.
	1º Ciclo	2º Ciclo		1º Ciclo	2º Ciclo	
Instituto Politécnico da Guarda	23	12	3,34%	12	3	7,61%
Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto	6	4		5	-	
Escola Superior de Saúde da Guarda	2	2		1	-	
Escola Superior de Tecnologia e Gestão da Guarda	11	5		2	3	
Escola Superior de Turismo e Hotelaria	4	1		4	-	
Instituto Politécnico de Beja	25	13	3,63%	5	0	2,54%
Escola Superior Agrária de Beja	8	5		-	-	
Escola Superior de Educação de Beja	6	6		1	-	
Escola Superior de Saúde de Beja	3	1		-	-	
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Beja	8	1		4	-	
Instituto Politécnico de Bragança	50	48	9,36%	4	3	3,55%
Escola Superior Agrária de Bragança	10	8		2	1	
Escola Superior de Educação de Bragança	11	17		-	-	
Escola Superior de Saúde de Bragança	6	10		-	-	
Escola Superior de Tecnologia e de Gestão de Bragança	13	10		1	2	
Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo	10	3		1	-	
Instituto Politécnico de Castelo Branco	42	35	7,35%	14	1	7,61%
Escola Superior Agrária de Castelo Branco	9	11		4	-	
Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco	8	5		-	-	
Escola Superior de Educação de Castelo Branco	5	11		2	-	
Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova	7	1		4	1	
Escola Superior de Saúde Dr. Lopes Dias	5	2		-	-	
Escola Superior de Tecnologia de Castelo Branco	8	5		4	-	
Instituto Politécnico de Coimbra	51	55	10,12%	10	2	6,09%
Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra	5	7		-	1	
Instituto Superior de Engenharia de Coimbra	13	11		-	-	
Escola Superior Agrária de Coimbra	7	9		6	1	
Escola Superior de Educação de Coimbra	13	15		-	-	
Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Coimbra	8	10		2	-	
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital	5	3		2	-	
Instituto Politécnico de Leiria	69	45	10,89%	41	2	21,83%
Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha	9	6		7	-	

Escola Superior de Educação e Ciências Sociais de Leiria	15	11		-	-	
Escola Superior de Saúde de Leiria	6	3		1	2	
Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar de Peniche	12	8		9	-	
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Leiria	27	17		24	-	
Instituto Politécnico de Lisboa	49	39	8,40%	11	1	6,09%
Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa	7	9		4	1	
Instituto Superior de Engenharia de Lisboa	12	7		2	-	
Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa	4	4		4	-	
Escola Superior de Dança de Lisboa	1	1		-	-	
Escola Superior de Educação de Lisboa	7	5		1	-	
Escola Superior de Música de Lisboa	4	1		-	-	
Escola Superior de Teatro e Cinema de Lisboa	2	2		-	-	
Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Lisboa	12	10		-	-	
Instituto Politécnico de Portalegre	30	14	4,20%	2	1	1,52%
Escola Superior Agrária de Elvas	4	1		-	-	
Escola Superior de Educação de Portalegre	8	6		-	-	
Escola Superior de Saúde de Portalegre	3	3		-	-	
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Portalegre	15	4		2	1	
Instituto Politécnico de Santarém	31	25	5,35%	9	6	7,61%
Escola Superior Agrária de Santarém	7	4		-	3	
Escola Superior de Desporto de Rio Maior	5	3		1	-	
Escola Superior de Educação de Santarém	8	7		1	-	
Escola Superior de Saúde de Santarém	1	5		1	-	
Escola Superior de Gestão e Tecnologia de Santarém	10	6		6	3	
Instituto Politécnico de Setúbal	31	22	5,06%	17	0	8,63%
Escola Superior de Ciências Empresariais de Setúbal	8	5		6	-	
Escola Superior de Educação de Setúbal	7	6		6	-	
Escola Superior de Saúde de Setúbal	3	4		-	-	
Escola Superior de Tecnologia de Setúbal	10	6		1	-	
Escola Superior de Tecnologia do Barreiro	3	1		4	-	
Instituto Politécnico de Tomar	28	19	4,49%	7	3	5,08%
Escola Superior de Gestão de Tomar	9	9		3	3	
Escola Superior de Tecnologia de Abrantes	5	1		2	-	
Escola Superior de Tecnologia de Tomar	14	9		2	-	
Instituto Politécnico de Viana do Castelo	29	36	6,21%	3	2	2,54%
Escola Superior Agrária de Ponte de Lima	4	4		-	-	
Escola Superior de Ciências Empresariais	4	-		3	-	
Escola Superior de Educação de Viana do Castelo	5	13		-	-	
Escola Superior de Saúde de Viana do Castelo	1	8		-	1	
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de	14	11		-	1	

Viana do Castelo						
Escola Superior de Desporto e Lazer de Melgaço	1	-		-	-	
Instituto Politécnico de Viseu	37	30	6,40%	6	7	6,60%
Escola Superior Agrária de Viseu	6	2		3	2	
Escola Superior de Educação de Viseu	9	13		1	1	
Escola Superior de Saúde de Viseu	1	7		-	-	
Escola Superior de Tecnologia de Viseu	11	7		2	4	
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego	10	1		-	-	
Instituto Politécnico do Cávado e do Ave	19	12	2,96%	10	1	5,58%
Escola Superior de Gestão	11	8		6	-	
Escola Superior de Tecnologia	8	4		4	1	
Instituto Politécnico do Porto	81	47	12,23%	8	6	7,11%
Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto	11	8		5	1	
Instituto Superior de Engenharia do Porto	15	10		-	2	
Escola Superior de Educação do Porto	11	13		-	-	
Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão	9	2		-	1	
Escola Superior de Música e Artes do Espetáculo do Porto	14	4		-	-	
Escola Superior de Tecnologia da Saúde do Porto	13	6		-	1	
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras	8	4		3	1	
Total de Cursos por Ciclo:	595	452	100%	159	38	100%
População:	1047		Amostra:	197		

Fonte: Elaborado pelo autor

A seleção da amostra foi possível através de uma pesquisa efetuada nas páginas *Web* das 75 Escolas e Institutos, para além da realização de diversos contactos telefónicos diretos, junto de cada uma das instituições.

Relativamente aos Cursos de 2º Ciclo (Mestrado), foram identificados 8 cursos a nível nacional (21% do total de cursos de 2º Ciclo com UC de Empreendedorismo ou similar) cuja designação do próprio curso está diretamente relacionada com o Empreendedorismo conforme se pode observar no Quadro 1.

Quadro 1 - Cursos de 2º ciclo relacionados com empreendedorismo

Cursos de 2º Ciclo sobre Empreendedorismo	
Designação do Curso	Instituição
Desenvolvimento comunitário e empreendedorismo	IP Beja
Gestão e empreendedorismo	IP Lisboa
Empreendedorismo e gestão de PME's	IP Portalegre
Empreendedorismo	IP Santarém
Gestão de empresas familiares e empreendedorismo	IP Tomar
Empreendedorismo e inovação na indústria alimentar	IP Viana do Castelo
Empreendedorismo e internacionalização	IP Porto
Inovação e desenvolvimento empreendedor	IP Tomar

Fonte: Elaborado pelo autor

Na Tabela 4 abaixo, pode verificar-se em relação ao total dos cursos existentes em cada um dos IP's, qual o peso relativo dos cursos de 1º Ciclo (Licenciatura) e de 2º Ciclo (Mestrado) que possuam UC de Empreendedorismo ou similar.

Tabela 4 - Relação entre oferta formativa e cursos com UC de empreendedorismo

INSTITUIÇÕES	OFERTA FORMATIVA Cursos		Cursos com UC Empreendedorismo ou similar ao nível da Instituição³⁴	
	1º Ciclo	2º Ciclo	1º Ciclo / Total 1º C.	2º Ciclo / Total 2º C.
Instituto Politécnico da Guarda	23	12	(12) 52,2%	(3) 25,0%
Instituto Politécnico de Beja	25	13	(5) 20,0%	(0) 0,0%
Instituto Politécnico de Bragança	50	48	(4) 8,0%	(3) 6,3%
Instituto Politécnico de Castelo Branco	42	35	(14) 33,3%	(1) 2,9%
Instituto Politécnico de Coimbra	51	55	(10) 19,6%	(2) 3,6%
Instituto Politécnico de Leiria	69	45	(41) 59,4%	(2) 4,4%
Instituto Politécnico de Lisboa	49	39	(11) 22,4%	(1) 2,6%
Instituto Politécnico de Portalegre	30	14	(2) 6,7%	(1) 7,1%
Instituto Politécnico de Santarém	31	25	(9) 29,0%	(6) 24,0%
Instituto Politécnico de Setúbal	31	22	(17) 54,8%	(0) 0,0%
Instituto Politécnico de Tomar	28	19	(7) 25,0%	(3) 15,8%

³⁴ - O número colocado entre () corresponde à quantidade de cursos que possuem UC de Empreendedorismo ou similar, em cada um dos Institutos Politécnicos, sendo o valor percentual correspondente ao peso relativo desses cursos, no total de cursos de cada Instituto Politécnico e por cada Ciclo de estudos.

Instituto Politécnico de Viana do Castelo	29	36	(3) 10,3%	(2) 5,6%
Instituto Politécnico de Viseu	37	30	(6) 16,2%	(7) 23,3%
Instituto Politécnico do Cávado e do Ave	19	12	(10) 52,6%	(1) 8,3%
Instituto Politécnico do Porto	81	47	(8) 9,9%	(6) 12,8%
Total de Cursos por Ciclo:	595	452	(159) 26,7%	(38) 8,4%

Fonte: Elaborado pelo autor

Pela observação da Tabela 6 acima constata-se que em todos os IP's, ao nível do 1º Ciclo, existem alguns cursos que possuem UC's de Empreendedorismo. Destacam-se os IP's de Leiria, Setúbal, Cávado e do Ave e da Guarda, pelo facto de todos apresentarem mais de 50% dos seus cursos de 1º Ciclo com UC's de Empreendedorismo.

O total de cursos de 1º Ciclo com UC's de Empreendedorismo (159) corresponde, a nível nacional, a 26,7% do total de 595 cursos de 1º Ciclo. A quantidade de cursos de 2º Ciclo com UC's de Empreendedorismo (38) corresponde, a nível nacional, a 8,4% de um total de 452 cursos de 2º Ciclo.

Relativamente ao peso dos cursos de 1º e 2º Ciclo com UC's de Empreendedorismo, sobre o total dos 197 cursos com UC's de Empreendedorismo, o peso relativo é de 80,7% (1º Ciclo) e 19,3% (2º Ciclo).

Na Tabela 5 pode analisar-se a distribuição da oferta formativa a nível nacional nas 75 escolas, agrupadas por área de ensino a nível nacional.

Tabela 5 - Distribuição da oferta formativa por área de ensino

Qtd.	Escolas agrupadas por área de ensino a nível nacional	OFERTA FORMATIVA					Cursos com UC Empreendedorismo ou similar				
		1º Ciclo	%	2º Ciclo	%	1º+2º / Tot. nac.	1º Ciclo	%	2º Ciclo	%	1º+2º / Tot. nac.
10	Tecnologia e Gestão	121	20%	62	14%	17,5%	44	28%	11	29%	27,9%
13	Educação	111	19%	127	28%	22,7%	17	11%	1	3%	9,1%
8	Gestão	62	10%	47	10%	10,4%	31	19%	7	18%	19,3%
10	Tecnologia	99	17%	61	13%	15,3%	21	13%	7	18%	14,2%
13	Saúde	64	11%	71	16%	12,9%	5	3%	4	11%	4,6%
8	Agrária	55	9%	44	10%	9,5%	15	9%	7	18%	11,2%
13	Outras	83	14%	40	9%	11,7%	26	16%	1	3%	13,7%
Total cursos p/ciclo:		595		452			159		38		
Total nacional:		1047					197				

Fonte: Elaborado pelo autor

Na área da “Educação” está incluída a Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do IP da Guarda; Na área da “Gestão” estão incluídos os Institutos Superiores de Contabilidade e Administração dos IP’s do Porto, Coimbra e Lisboa e também as Escolas Superiores de Ciências Empresariais dos IP’s de Setúbal e Viana do Castelo; na área da “Tecnologia” estão incluídos os Institutos Superiores de Engenharia dos IP’s do Porto, Coimbra e Castelo Branco; na área da “Saúde” estão incluídas as Escolas Superiores de Tecnologia da Saúde dos IP’s do Porto, Coimbra e Lisboa.

Na área “Outras” estão integradas várias Escolas Superiores em turismo, comunicação social, artes e design, dança, música, teatro, desporto, estudos industriais.

A nível nacional predomina a oferta formativa na área da “Tecnologia e Gestão” no 1º Ciclo e, na área da “Educação” ao nível do 2º Ciclo. A nível absoluto, em termos nacionais, o destaque na oferta formativa vai para os cursos na área da “Educação” com 22,7% da oferta formativa total.

Quando se analisam os cursos com UC de Empreendedorismo ou similar, é de realçar o destaque da oferta ao nível dos cursos de 1º e 2º Ciclo na área de “Tecnologia e Gestão” com 27,9% da oferta total.

Ainda ao nível do 1º e 2º Ciclo, destaca-se também a oferta na área de “Gestão”, com 19,3% da oferta total.

São igualmente de destacar pela reduzida oferta de UC’s de Empreendedorismo, as áreas de “Saúde” e de “Educação” com 4,6% e 9,1%, respetivamente, a nível nacional.

4.3. Delimitação do estudo

O presente estudo foi desenvolvido junto dos 15 IP’s públicos nacionais com as suas 75 Unidades Orgânicas³⁵ e respetivos cursos aí ministrados, procurando identificar os métodos de ensino e os conteúdos programáticos utilizados no ensino de unidades curriculares de Empreendedorismo ou similares no 1º e 2º Ciclo de estudos.

Todas as restantes instituições que compõem a rede nacional de ES não foram analisadas.

4.4. Instrumentos e processo de recolha de dados

Os dados referentes aos diversos cursos existentes a nível nacional nos IP’s ao nível do 1º e 2º Ciclo foram obtidos em agosto de 2011, através da consulta à base de dados disponível junto da DGES- Direção Geral de Ensino superior³⁶.

Os dados constantes no ficheiro obtido junto da DGES foi, igualmente, alvo de uma validação integral *online* realizada nas páginas *Web* de cada um dos IP’s e respetivas unidades orgânicas, tendo sido detetadas algumas discrepâncias.

³⁵ - Unidades Orgânicas é a designação atribuída às Escolas ou Institutos Superiores integrados em cada Instituto Politécnico a nível nacional.

³⁶ - Informação disponível em:
<http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/OfertaFormativa/CursosConferentesDeGrau/CiclosAutorizados/>

Na recolha de dados foi utilizado um questionário estruturado *online* (ver Apêndice I), elaborado com recurso ao pacote de ferramentas informáticas “*Google Docs*” e, posteriormente divulgado por correio eletrónico junto dos quinze IP’s nacionais e dirigido aos docentes que se encontrem a lecionar a UC de Empreendedorismo ou similar.

O questionário foi desenvolvido e previamente testado junto dos docentes das UC’s de Empreendedorismo ou similar, a lecionarem no IP de Setúbal, devido à proximidade e facilidade de contacto com estes participantes.

Para além dos dados recolhidos através do questionário *online*, foi também recolhida através das páginas *Web* de cada Instituto, sempre que tal se encontrava disponível, informação referente às fichas de UC³⁷ de todas as unidades curriculares de Empreendedorismo ou similar, existentes nos cursos de 1º e 2º Ciclo.

Aspetos relacionados com a autoria dos documentos, qual o seu propósito e quais os seus utilizadores/destinatários diretos, foram igualmente considerados (Flick, 2010).

A disponibilização direta (envio por e-mail) das fichas de UC, apenas obteve acolhimento por parte de alguns docentes dos IP’s de Bragança, Castelo Branco e Leiria, tendo todas as restantes fichas sido obtidas através de uma consulta exaustiva às páginas *Web* de cada um dos IP’s, respetivas Escolas, cursos e unidades curriculares.

Para além dos dados recolhidos através do questionário e das informações obtidas através das fichas das UC’s, foram igualmente analisados os Estatutos de cada um dos IP’s, procurando identificar a relevância e o destaque atribuídos ao Empreendedorismo, no seio de cada instituição. Procurar-se-á igualmente caracterizar a importância conferida ao Empreendedorismo, por parte da gestão de topo, em cada uma das instituições.

³⁷ - Em alguns dos Institutos Politécnicos é também adotada a designação de “Programa de Unidade Curricular”, cujos conteúdos e estrutura são similares às Fichas de Unidade Curricular. Ao longo do presente trabalho, opta-se por utilizar a designação “Ficha de Unidade Curricular”.

4.5. Tratamento e análise dos dados

No tratamento e análise descritiva dos dados recolhidos através do questionário recorreu-se à utilização do *software IBM SPSS Statistics v.19*³⁸.

Para a realização da análise de conteúdo da informação contida nas fichas de UC, recorreu-se à utilização do *software MAXQDA v.10*³⁹ e também ao conjunto de ferramentas gratuitas disponíveis *online* e designado por *Online-Utility.org*⁴⁰.

Como complemento no tratamento e preparação de todos os dados e demais elementos informativos, utilizaram-se os *softwares Microsoft Excel 2010* e *Microsoft Word 2010*.

³⁸ - Informação disponível em <http://www-01.ibm.com/software/analytics/spss/>

³⁹ - Informação disponível em <http://www.maxqda.com/>

⁴⁰ - Informação disponível em <http://www.online-utility.org/>

Capítulo 5 - Apresentação e Análise dos Resultados

Os resultados obtidos neste estudo resultam da aplicação de uma metodologia mista – quantitativa e qualitativa –, conforme já anteriormente referido, procurando encontrar respostas a um conjunto de objetivos enquadrados pelo modelo ontológico e educacional de Fayolle e Gailly (2008) – ver Secção 2.5.2..

Para o efeito, aplicou-se um questionário com 26 questões junto dos docentes de Empreendedorismo que se encontram a lecionar nos IP's a nível nacional.

Foram também identificadas e recolhidas as fichas das UC's de Empreendedorismo ou similar, sobre as quais se realizou uma análise exploratória de conteúdo.

As fichas de UC constituem um dos principais elementos informativos sobre os conteúdos de cada disciplina que é ministrada numa IES. Uma análise exploratória do seu conteúdo permite registar e conhecer quais os objetivos da formação; o respetivo programa e matérias abordadas; os métodos de ensino adotados; a bibliografia recomendada, entre outros fatores.

Na análise efetuada às fichas de UC seguiu-se, essencialmente, um procedimento exploratório, onde o quadro da análise não está previamente determinado, optando-se por colocar em evidência as propriedades dos textos (Bardin, 2009) os quais, devido à riqueza e pertinência do seu conteúdo, despertam o interesse analítico do investigador (Krippendorff, 2004).

Por último, analisaram-se os Estatutos de cada um dos IP's, procurando identificar a relevância atribuída ao Empreendedorismo, no seio de cada um dos 15 IP's.

5.1. Análise descritiva aos dados do questionário

Foram previamente identificados os contactos de 92 docentes a nível nacional, com funções de coordenação em cursos com UC's de Empreendedorismo ou similar.

As mensagens, com o pedido de preenchimento do questionário *online* e fornecimento das fichas das respetivas unidades curriculares, foram enviadas através de correio eletrónico, durante os meses de setembro e outubro de 2011 (ver Apêndices II e III).

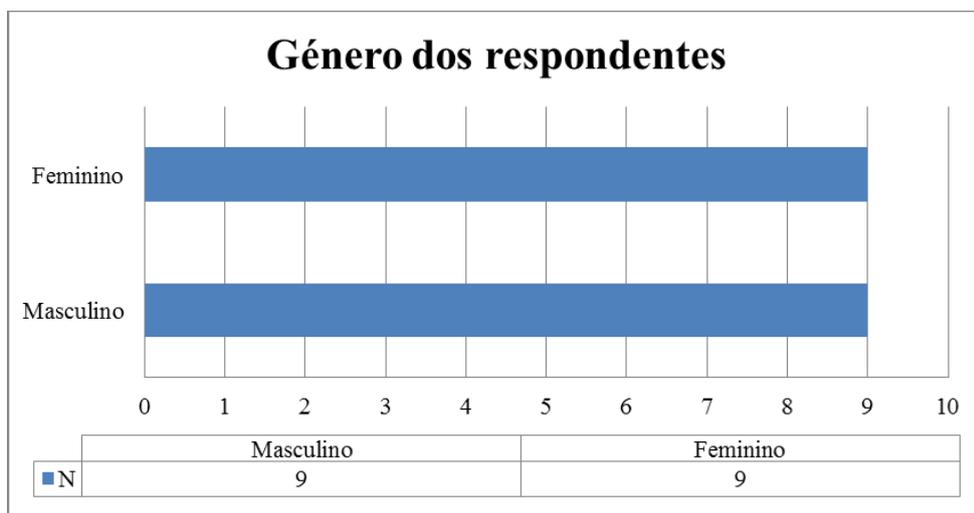
O pedido de colaboração no presente estudo, para além de ter sido dirigido diretamente para todos os docentes previamente identificados foi, também, dirigido aos contactos gerais de cada um dos IP's e respetivas unidades orgânicas, com solicitação direta de distribuição interna.

Apesar de todos os esforços desenvolvidos na solicitação de participação no presente estudo, junto de cada uma das instituições e respetivos docentes, foram obtidas 18 respostas válidas (o equivalente a 19,6% dos 92 docentes identificados), valor que corresponde ao número total de respostas registadas.

5.1.1. Caracterização dos docentes respondentes

Responderam ao questionário igual número de docentes do sexo masculino e do sexo feminino, conforme o Gráfico 1 abaixo.

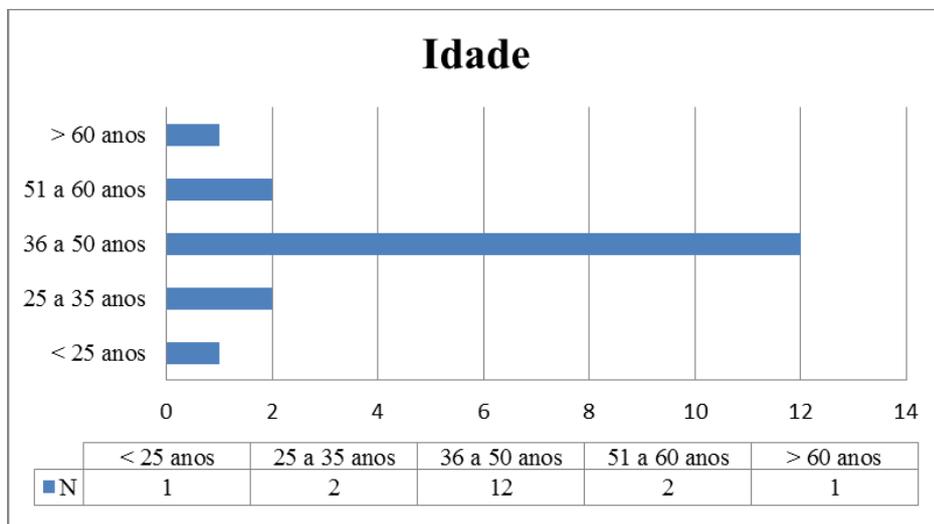
Gráfico 1 - Género dos respondentes



Fonte: Elaborado pelo autor

A faixa etária dos docentes respondentes apresenta-se conforme o Gráfico 2 abaixo, sendo que 67% dos respondentes se situa na faixa etária entre os 36 e os 50 anos.

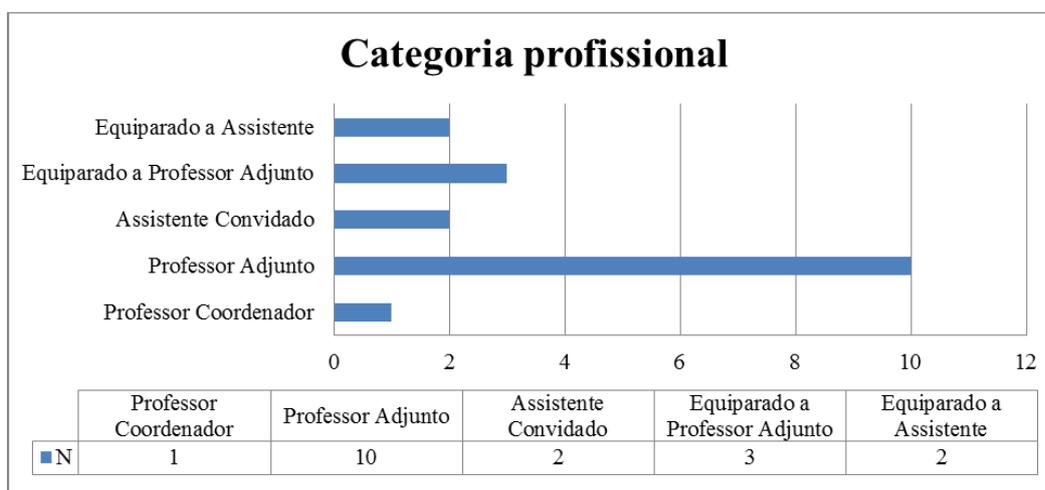
Gráfico 2 - Idade dos respondentes



Fonte: Elaborado pelo autor

Relativamente à categoria profissional, os respondentes indicam estar integrados nas categorias visíveis no Gráfico 3, sendo que as categorias de Professor Adjunto e de Equiparado a Professor Adjunto, são aquelas que maior destaque revelam na amostra - 56% e 17%, respetivamente.

Gráfico 3 - Categoria profissional



Fonte: Elaborado pelo autor

Relativamente às áreas científicas da formação académica dos docentes respondentes, foram obtidos os resultados que se podem observar na Tabela 6, sendo de destacar a predominância da formação na área científica da Economia e Gestão, com cerca de 80% do total das respostas obtidas nas quatro áreas científicas analisadas.

Tabela 6 - Áreas de formação académica dos respondentes

	Áreas científicas					N
	Saúde	Tecnológicas	Ciências Sociais	Economia e Gestão	Não aplicável	
Bacharelato	0	1	1	3	13	18
Licenciatura	0	0	4	11	3	18
Pós-graduação	0	0	1	11	6	18
Mestrado	0	0	2	11	5	18
Doutoramento	0	0	2	8	8	18

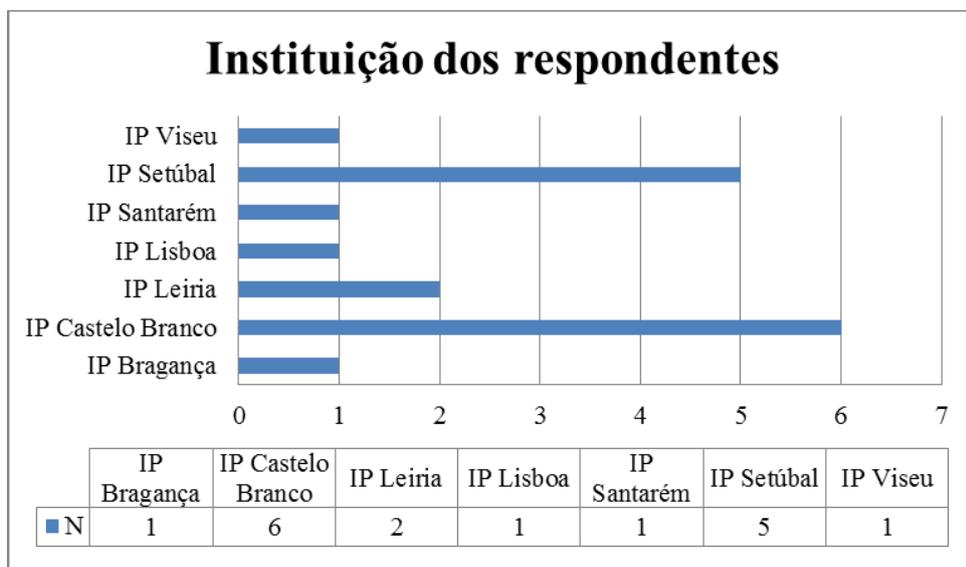
Fonte: Elaborado pelo autor

Cinco elementos da amostra (28%) afirma possuir o grau de Bacharelato e quinze dos respondentes (83%) afirma igualmente possuir o grau de Licenciatura. Assume-se, naturalmente, que os restantes três respondentes da amostra, possuam também o grau de Licenciatura numa outra área científica. Dez elementos da amostra (56%) possuem o grau de Doutoramento, com uma maior incidência (80%) na área científica de Economia e Gestão.

A predominância da área científica de economia e gestão está em linha com os diversos estudos analisados onde, em diversas situações se verifica ser esta a área com maior quantidade de cursos com UC's de empreendedorismo e, conseqüentemente, com maior envolvimento de docentes destas áreas científicas.

Relativamente à instituição onde os docentes se encontravam a lecionar na altura em que responderam ao questionário, obtiveram-se os seguintes resultados, conforme se pode observar no Gráfico 4.

Gráfico 4 - Instituição dos respondentes



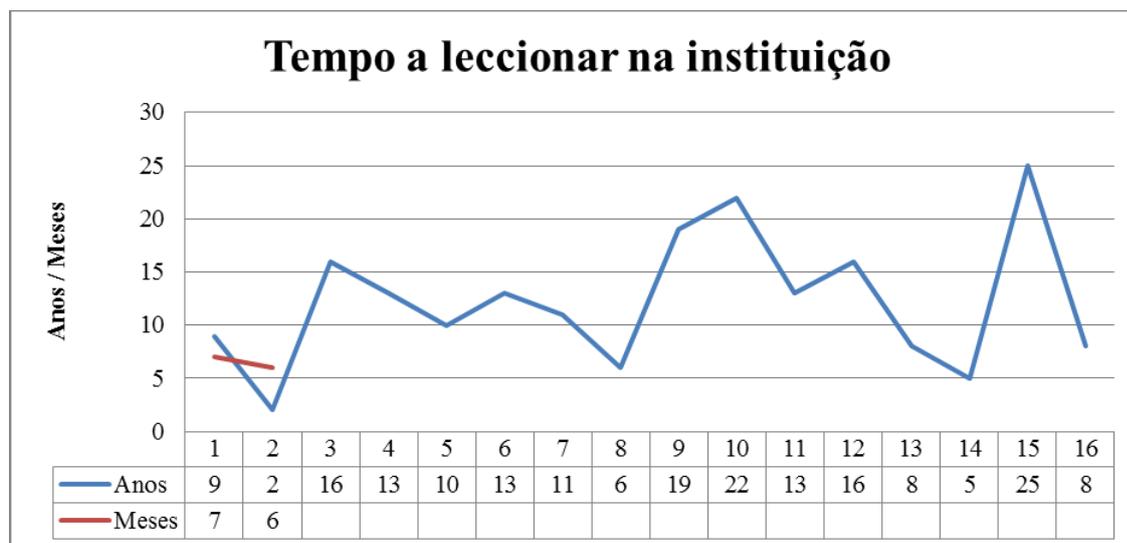
Fonte: Elaborado pelo autor

Verifica-se uma maior participação no estudo por parte dos docentes do IP de Castelo Branco e do IP de Setúbal, com seis (33%) e cinco (28%) participações, respetivamente. Nos dados analisados da resposta sobre a instituição onde os docentes se encontravam a lecionar, verificou-se a existência de uma resposta inválida tendo, por isso, sido apenas consideradas dezassete respostas válidas.

Foram obtidas respostas de 47% dos IP's nacionais, mesmo apesar da sua reduzida significância.

Sobre o tempo em que os docentes se encontram a lecionar nas respetivas instituições, foram obtidos os resultados patentes no Gráfico 5.

Gráfico 5 - Tempo de leccionação dos respondentes



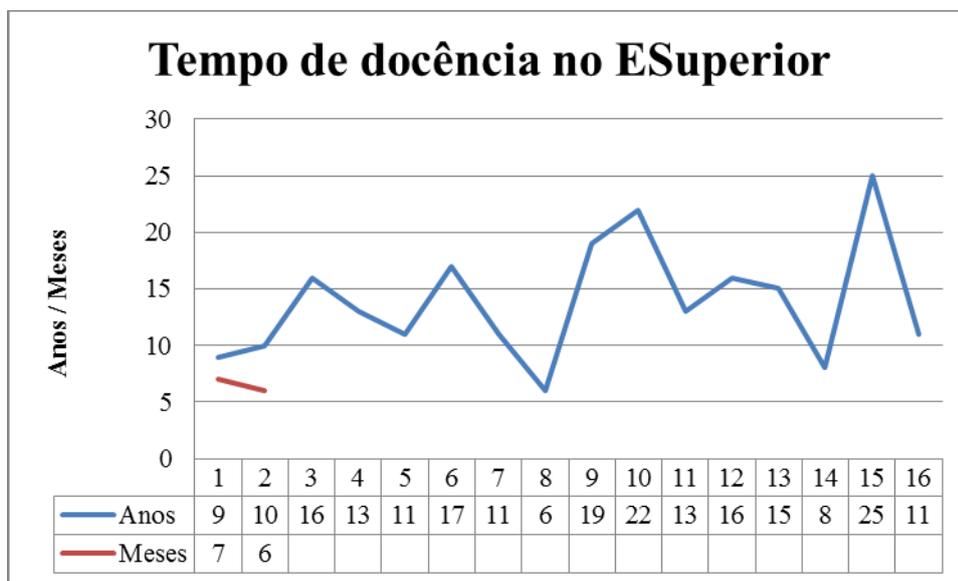
Fonte: Elaborado pelo autor

Os menores tempos de leccionação registados, sete e seis meses, correspondem a docentes com a categoria profissional de Assistente Convidado.

Os tempos de leccionação mais elevados que foram registados, 25, 22 e 19 anos correspondem a docentes com a categoria profissional de Professor Adjunto.

Relativamente ao tempo de docência no ES, obtiveram-se os resultados que se podem observar no Gráfico 6.

Gráfico 6 - Tempo de docência no ensino superior



Fonte: Elaborado pelo autor

Os tempos menores de docência, sete e seis meses, correspondem, tal como no gráfico anterior, a docentes com a categoria profissional de Assistente Convidado.

O tempo médio em anos de docência entre os respondentes é de 13,8 anos⁴¹.

Para além da docência no ES, foi igualmente solicitado aos respondentes que indicassem se possuíam alguma experiência profissional prévia à docência, tendo sido obtidos os resultados que se podem observar no Gráfico 7.

⁴¹ - Para efeitos de cálculo do tempo médio de docência, foram apenas considerados os 16 docentes com tempos de docência superiores a 12 meses.

Gráfico 7 - Experiência profissional prévia dos respondentes



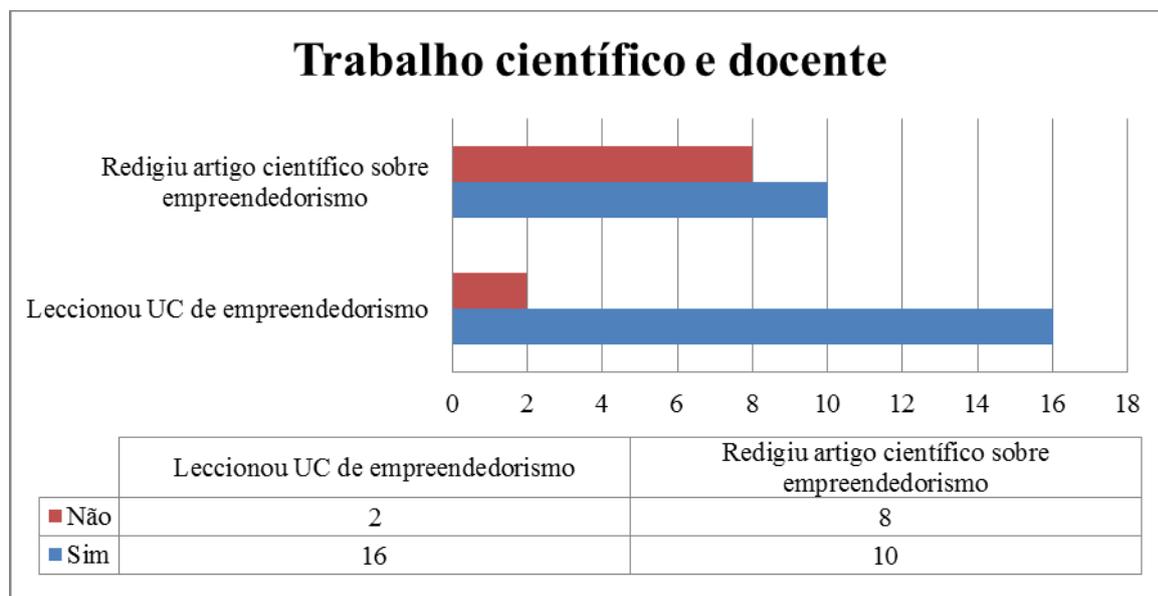
Fonte: Elaborado pelo autor

Treze dos respondentes (72%) afirmaram ter alguma experiência profissional prévia, sendo a área de Consultoria a que mais se destaca com cinco escolhas (38%), entre as áreas escolhidas.

Experiência profissional como gestor de produto; analista de crédito; empresário; gestor de recursos humanos; docente de curso profissional; bolsheiro de investigação entre outras, estão também entre as experiências profissionais mencionadas.

Relativamente à questão se já tinham lecionado a UC de Empreendedorismo (ou similar) ou elaborado algum artigo científico sobre temas ligados ao Empreendedorismo, obtiveram-se os resultados disponíveis no Gráfico 8.

Gráfico 8 - Realização de trabalho científico e docente

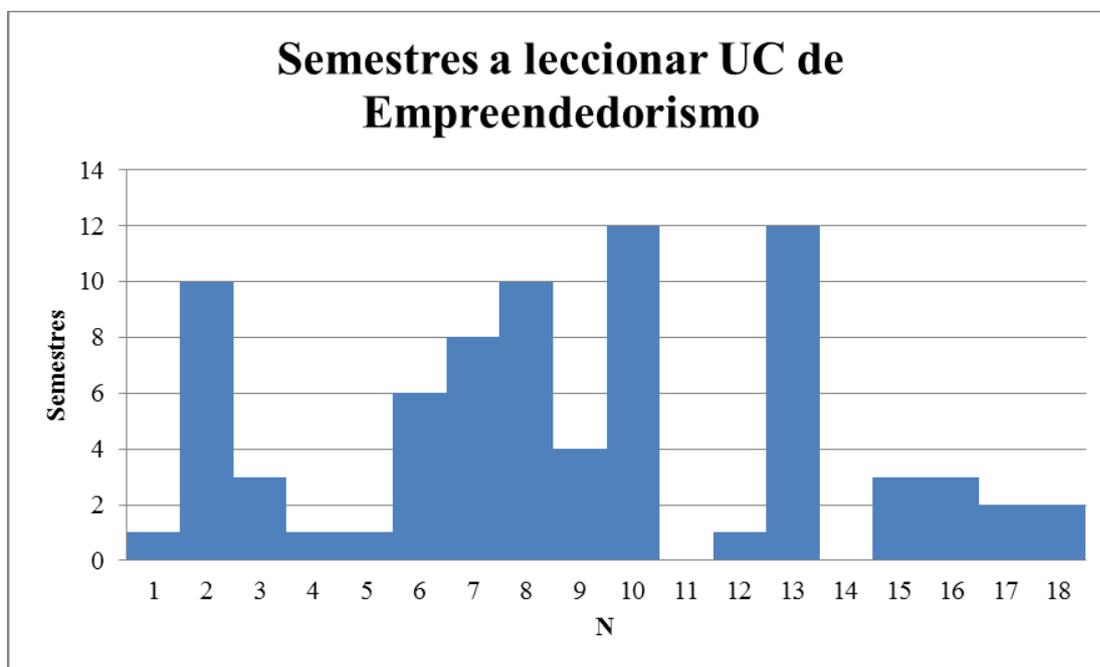


Fonte: Elaborado pelo autor

Dezasseis do total de respondentes da amostra (89%) já lecionaram a UC de Empreendedorismo, sendo que nove desses dezasseis docentes (56%) afirmaram igualmente ter redigido um artigo científico sobre Empreendedorismo. Apenas um docente da amostra, indicou nunca ter lecionado a UC de Empreendedorismo nem redigido qualquer artigo científico sobre essa temática. Também um docente da amostra, indicou ter já redigido um artigo científico sobre Empreendedorismo, sem nunca ter lecionado qualquer UC sobre Empreendedorismo.

Quando questionados sobre há quantos semestres lecionam (ou lecionaram) a UC de Empreendedorismo, os resultados obtidos podem ser observados no Gráfico 9.

Gráfico 9 - Tempo a lecionar a UC de empreendedorismo

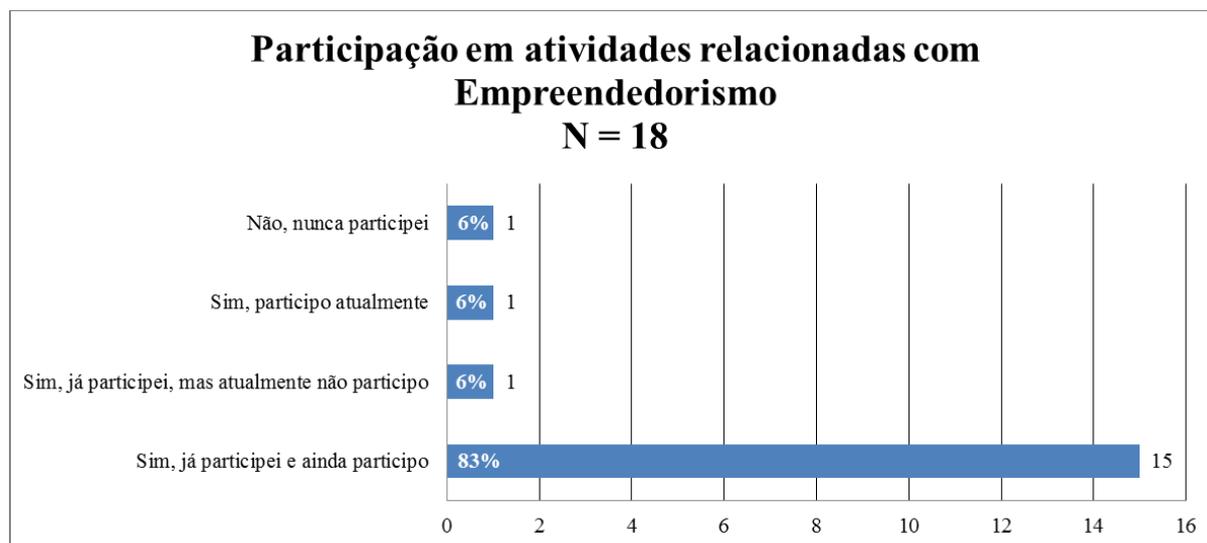


Fonte: Elaborado pelo autor

Dezasseis docentes (89%) afirmam ter já lecionado a UC de Empreendedorismo e apenas dois docentes (11%) referem nunca ter lecionado esta UC. Em média, os docentes da amostra lecionaram a UC de Empreendedorismo, cerca de quatro semestres (4,39).

Quando os respondentes são questionados relativamente à sua participação (atual ou passada) em atividades relacionadas com o Empreendedorismo (congressos / conferências / seminários / colóquios / cursos / grupos de discussão / comunidades de prática / investigação), obtêm-se os resultados que podem ser observados no Gráfico 10.

Gráfico 10 - Participação em atividades relacionadas com o empreendedorismo



Fonte: Elaborado pelo autor

A maioria dos docentes (83%) afirmou já ter participado e ainda participar, em atividades relacionadas com o Empreendedorismo.

Quando questionados relativamente à propriedade de um negócio próprio ou criação de empresa(s), os respondentes indicaram os resultados que se podem observar no Gráfico 11.

Gráfico 11 - Negócio próprio ou criou alguma empresa



Fonte: Elaborado pelo autor

A maioria dos respondentes (56%) afirmou ter já criado uma empresa e, apenas um elemento da amostra indicou nunca ter criado qualquer empresa nem ter interesse nisso.

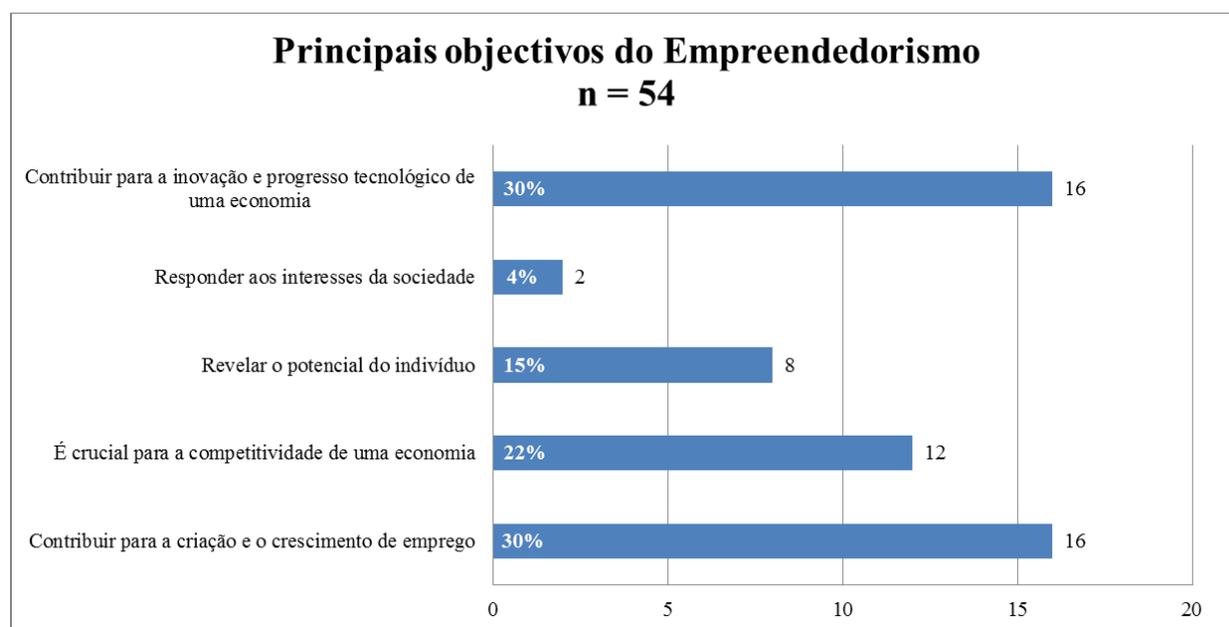
5.1.2. Questões de âmbito geral

Relativamente ao conjunto de questões de âmbito mais geral, foram obtidos os resultados que a seguir se indicam.

As respostas à questão (Q1) aparecem listadas no Gráfico 12.

Q1 – Quais são para si os 3 principais objetivos do Empreendedorismo ?

Gráfico 12 - Principais objetivos do empreendedorismo



Fonte: Elaborado pelo autor

De todas as opções de resposta disponíveis, apenas a opção “Contribuir para um aumento da riqueza dos pobres” não obteve qualquer resposta.

Dos resultados obtidos, sobressaem os objetivos de contribuir para a inovação e progresso tecnológico da economia bem como, contribuir para a criação e o crescimento do emprego, tendo ambos os objetivos obtido dezasseis (30%) escolhas cada. A importância do Empreendedorismo para a competitividade da economia, sobressai também com doze (22%) respostas obtidas.

As opções de resposta à questão (Q2) aparecem listadas na Tabela 7.

Q2 – Para si, um Empreendedor é alguém que:

(escala: 1 – discordo totalmente ... 5 – concordo totalmente)

Tabela 7 - Características do empreendedor

Estatística descritiva / N = 18					
Opções de resposta	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Variância
c) Tem a capacidade de perceber o potencial de uma ideia.	3	5	4,72	,575	,330
g) Tem paixão, entusiasmo, iniciativa e persistência.	3	5	4,72	,575	,330
h) Considera os interesses da sociedade na sua tomada de decisão.	3	5	4,06	,802	,644
i) Está disposto a correr grandes riscos por causa de uma nova ideia.	2	5	3,94	,873	,761
j) É uma pessoa respeitável.	2	5	3,56	,784	,614
f) Está disposto a trabalhar com base nos recursos de que dispõe no presente.	1	5	3,33	1,237	1,529
b) Tem uma ideia radicalmente nova para a criação de um novo negócio.	1	5	3,17	1,339	1,794
e) Está disposto a atuar dentro das regras.	2	5	3,00	1,085	1,176
a) Tem um QI elevado.	1	4	2,61	,979	,958
d) Possui o seu próprio capital.	1	3	1,94	,725	,526

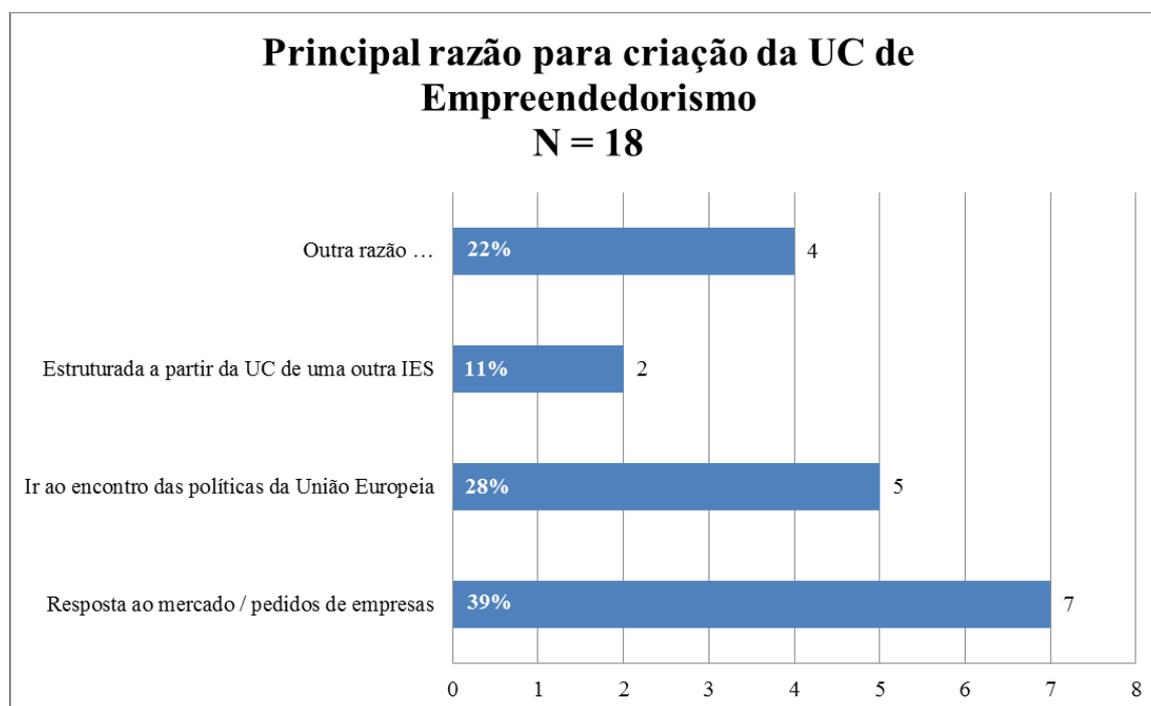
Fonte: Elaborado pelo autor

Quando é solicitado aos respondentes que caracterizem o empreendedor, as características com que estes mais concordam são a “capacidade de perceber o potencial de uma ideia” e o possuir de “paixão, entusiasmo, iniciativa e persistência”. Ambas as características apresentam o valor com a média mais elevada (4,72) e com o menor desvio padrão (0,575). O facto de o empreendedor ser também um indivíduo que “considera os interesses da sociedade na sua tomada de decisão”, com um valor médio de 4,06 e de ser um indivíduo “disposto a correr grandes riscos por causa de uma nova ideia”, com um valor médio de 3,94, encontram-se igualmente entre as características com maior relevância.

As respostas à questão (Q7) podem ser analisadas no Gráfico 13.

Q7 – Indique a principal razão que esteve na origem da criação da UC de Empreendedorismo na sua Instituição:

Gráfico 13 - Razão para a criação da UC de empreendedorismo



Fonte: Elaborado pelo autor

A “resposta ao mercado / pedidos de empresas” surge como a razão que recolhe maior preferência, tendo sido escolhida por sete respondentes (39%).

Importa também referir que esta questão Q7 possuía, também, quatro opções de resposta que não foram selecionadas por nenhum dos respondentes. Essas opções são: “Resultante de uma tese/ programa de doutoramento”; “Interesse pessoal do docente”; “Ir ao encontro das políticas do governo português” e, por último, “A pedido dos alunos”.

Entre outras razões apontadas por quatro dos respondentes (22%), que levaram à criação da UC de Empreendedorismo nas suas Instituições, podemos encontrar as seguintes sugestões:

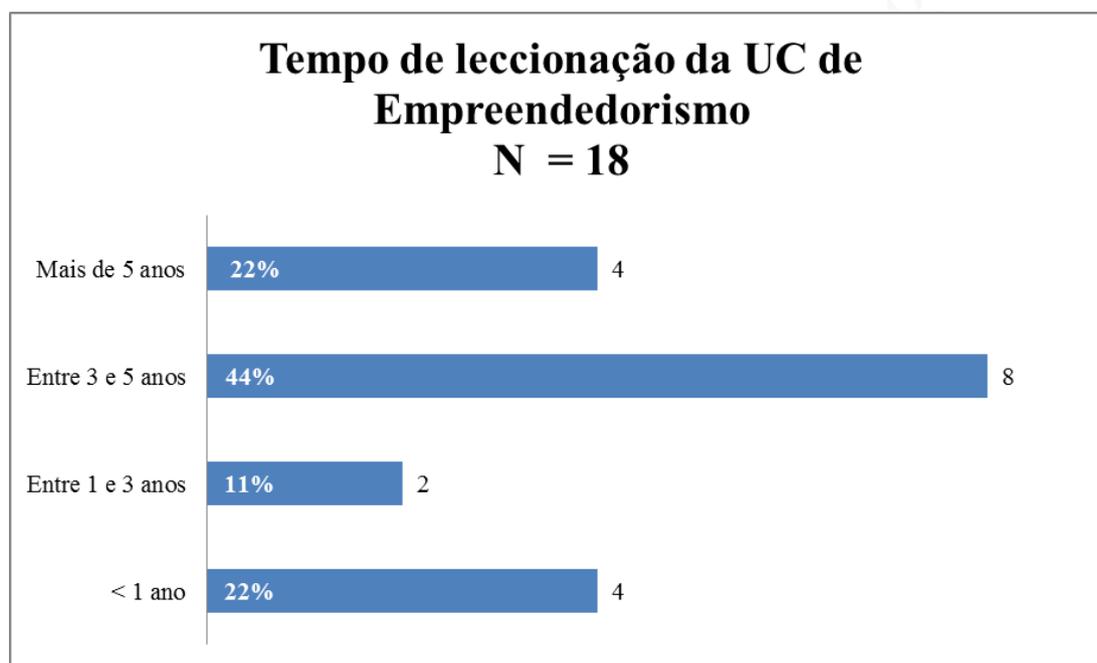
1. “Aposta da instituição na temática, como fazendo parte dos seus objetivos/missão”;
2. “Sem dúvida responder às políticas europeias e também nacionais. Mas, a grande oportunidade ocorreu com o processo de adaptação dos cursos a Bolonha, por intervenção deliberada de alguns docentes, nos quais me incluo.”;

-
3. “Não foi criada uma unidade mas sim uma disciplina com enfoque no marketing e nas RP.”;
 4. “Importante estimular o espírito empreendedor dos jovens em geral e dos jovens portugueses em particular (que têm, por vezes, pouco espírito empreendedor).”

As respostas à questão (Q8) podem ser consultadas no Gráfico 14.

Q8 – Há quanto tempo se leciona a UC de Empreendedorismo (ou similar) na sua Instituição?

Gráfico 14 - Tempo de leccionação da UC de empreendedorismo



Fonte: Elaborado pelo autor

Oito respondentes (44%) indicaram que a UC de Empreendedorismo nas suas instituições é lecionada num período compreendido entre os três e os cinco anos. Para quatro respondentes (22%) a UC de Empreendedorismo é lecionada há mais de cinco anos e, em igual proporção, também para quatro respondentes (22%), é ensinada há menos de um ano.

As respostas obtidas na questão (Q9) podem ser consultadas na Tabela 8.

Q9 – Que designações possuem as unidades curriculares sobre Empreendedorismo que existem na sua Instituição ?

Tabela 8 - Designações das UC's de empreendedorismo

Designações	f	%
Empreendedorismo	10	31,3%
Empreendedorismo e Inovação	5	15,6%
Empreendedorismo e Criação de Empresas	3	9,4%
Empreendedorismo e Gestão de Empresas	3	9,4%
Inovação e Empreendedorismo	2	6,3%
Economia, Gestão e Empreendedorismo	1	3,1%
Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional	1	3,1%
Empreendedorismo e Gestão de Eventos	1	3,1%
Empreendedorismo Social	1	3,1%
Gestão da Inovação e Empreendedorismo	1	3,1%
Gestão e Empreendedorismo	1	3,1%
Metodologias de Investigação, Inovação e Empreendedorismo	1	3,1%
Planeamento Estratégico	1	3,1%
Projeto e Empreendedorismo	1	3,1%

Fonte: Elaborado pelo autor

A designação “Empreendedorismo” é a mais indicada pelos respondentes (31,3%), sendo seguida pela designação “Empreendedorismo e Inovação”, indicada por cinco respondentes (15,6%). As designações “Empreendedorismo e Criação de Empresas” e “Empreendedorismo e Gestão de Empresas” são ambas apontadas por três respondentes (9,4%).

As designações com frequências mais elevadas estão em linha com as designações encontradas durante a análise de conteúdo realizada às fichas das UC's (ver Secção 4.2.).

Q14 – Quais são para si as 3 principais barreiras na educação do Empreendedorismo na sua Instituição?

Tabela 9 - Barreiras na educação do empreendedorismo

Barreiras na educação do Empreendedorismo	f	%
O ensino do Empreendedorismo depende do esforço/dedicação de uma única pessoa ou de um conjunto reduzido de pessoas.	8	16,3%
Competências limitadas entre o staff acadêmico / nível atual de competências para o ensino do Empreendedorismo é inadequado.	7	14,3%
Ausência de recursos financeiros para suportar o ensino do Empreendedorismo.	5	10,2%
O staff acadêmico não dispõe de tempo suficiente para se envolver no ensino do Empreendedorismo.	4	8,2%
Ausência de apoio por parte do governo / as políticas de apoio ao Empreendedorismo têm de melhorar.	4	8,2%
Outros motivos ...	4	8,2%
Algum do staff acadêmico opõe-se à introdução do ensino do Empreendedorismo.	3	6,1%
Não existe qualquer pedido / interesse no ensino do Empreendedorismo, por parte dos estudantes.	3	6,1%
Há uma falta de materiais didáticos de boa qualidade para o ensino do Empreendedorismo.	3	6,1%
O ensino do Empreendedorismo não é considerado um objetivo estratégico na minha Instituição.	3	6,1%
Ausência de apoio da gestão de topo na minha Instituição.	2	4,1%
Na minha Instituição não é atribuído qualquer reconhecimento pela excelência no ensino do Empreendedorismo.	2	4,1%
Não existe credibilidade acadêmica no ensino do Empreendedorismo.	1	2,0%

Fonte: Elaborado pelo autor

Outros dos motivos/barreiras apontados por quatro dos respondentes, são:

1. “Não encontro barreiras ao ensino do empreendedorismo”
2. “Só este ano se começou a trabalhar a integração do esforço na investigação e apoio ao desenvolvimento de projetos inovadores entre as diversas unidades orgânicas da instituição.”
3. “Ainda não é uma UC transversal aos vários cursos, como foi recomendado superiormente e da vontade de alguns”

-
4. “Não há propriamente barreiras. Até há bastante abertura ao ensino do empreendedorismo.”

As barreiras na educação do Empreendedorismo que apresentam uma maior frequência, estão relacionadas com o número reduzido de pessoas que se esforçam e dedicam a esta atividade e, também, com a limitação de competências entre o *staff* académico para o ensino do Empreendedorismo.

As respostas obtidas às questões (Q10; Q11; Q12; Q13; Q17; Q18), analisadas por cada uma das instituições onde os docentes respondentes se encontram a lecionar, podem ser observadas na Tabela 10 de tabulação cruzada.

Tabela 10 - Tabulação cruzada entre várias questões e a instituição do respondente

Questões			5 - Qual a Instituição onde se encontra a leccionar actualmente ?							Total
			Instituto Politécnico de Bragança	Instituto Politécnico de Castelo Branco	Instituto Politécnico de Leiria	Instituto Politécnico de Lisboa	Instituto Politécnico de Santarém	Instituto Politécnico de Setúbal	Instituto Politécnico de Viseu	
Q10 - A sua Instituição possui um departamento de Empreendedorismo ?	Não	Count	0 0%	6 86%	1 50%	1 100%	1 100%	4 80%	1 100%	14 78%
	Sim	Count	1 100%	1 14%	1 50%	0 0%	0 0%	1 20%	0 0%	4 22%
Total		Count	1 100%	7 100%	2 100%	1 100%	1 100%	5 100%	1 100%	18 100%
Q11 - A sua Instituição possui um centro dedicado ao Empreendedorismo ou alguma estrutura similar ?	Não	Count	0 0%	1 14%	0 0%	1 100%	0 0%	0 0%	0 0%	2 11%
	Não sabe / não responde	Count	0 0%	1 14%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	1 6%
	Sim	Count	1 100%	5 71%	2 100%	0 0%	1 100%	5 100%	1 100%	15 83%
Total		Count	1 100%	7 100%	2 100%	1 100%	1 100%	5 100%	1 100%	18 100%
Q12 - A sua Instituição conduz investigação sobre Empreendedorismo ?	Não	Count	0 0%	3 43%	0 0%	1 100%	1 100%	0 0%	0 0%	5 28%
	Não sabe / não responde	Count	0 0%	2 29%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	2 11%
	Sim	Count	1 100%	2 29%	2 100%	0 0%	0 0%	5 100%	1 100%	11 61%
Total		Count	1 100%	7 100%	2 100%	1 100%	1 100%	5 100%	1 100%	18 100%
Q13 - A sua Instituição conduz investigação específica sobre o Ensino do Empreendedorismo ?	Não	Count	0 0%	3 43%	1 50%	1 100%	1 100%	1 20%	0 0%	7 39%
	Não sabe / não responde	Count	0 0%	3 43%	1 50%	0 0%	0 0%	2 40%	0 0%	6 33%
	Sim	Count	1 100%	1 14%	0 0%	0 0%	0 0%	2 40%	1 100%	5 28%
Total		Count	1 100%	7 100%	2 100%	1 100%	1 100%	5 100%	1 100%	18 100%
Q17 - A sua Instituição possui alguma incubadora de negócios ?	Não	Count	0 0%	7 100%	0 0%	1 100%	1 100%	2 40%	1 100%	12 67%
	Sim	Count	1 100%	0 0%	2 100%	0 0%	0 0%	3 60%	0 0%	6 33%
Total		Count	1 100%	7 100%	2 100%	1 100%	1 100%	5 100%	1 100%	18 100%
Q18 - A sua Instituição possui alguma ligação a uma incubadora de negócios externa ?	Não	Count	0 0%	0 0%	0 0%	1 100%	0 0%	0 0%	1 100%	2 11%
	Não sabe / não responde	Count	0 0%	1 14%	1 50%	0 0%	0 0%	1 20%	0 0%	3 17%
	Sim	Count	1 100%	6 86%	1 50%	0 0%	1 100%	4 80%	0 0%	13 72%
Total		Count	1 100%	7 100%	2 100%	1 100%	1 100%	5 100%	1 100%	18 100%

Fonte: Elaborado pelo autor

Catorze dos respondentes (78%) indicaram que as suas instituições não possuem um departamento de Empreendedorismo (Q10). Quinze respondentes (83%) indicaram que as suas instituições possuem algum centro/estrutura dedicada ao Empreendedorismo – tipo OTIC-Oficina de Transferência de Tecnologia e Conhecimento ou similar (Q11). Onze

respondentes (61%) afirmaram que as suas instituições conduzem investigação sobre Empreendedorismo (Q12). Cinco respondentes (28%) indicaram que nas suas instituições se conduz investigação específica sobre o ensino do Empreendedorismo.

Relativamente à (Q10), foi também indicado por 3 respondentes que o ensino do Empreendedorismo, nas suas respetivas instituições, está integrado nos departamentos de “Economia e Gestão” ou de “Gestão e Administração”.

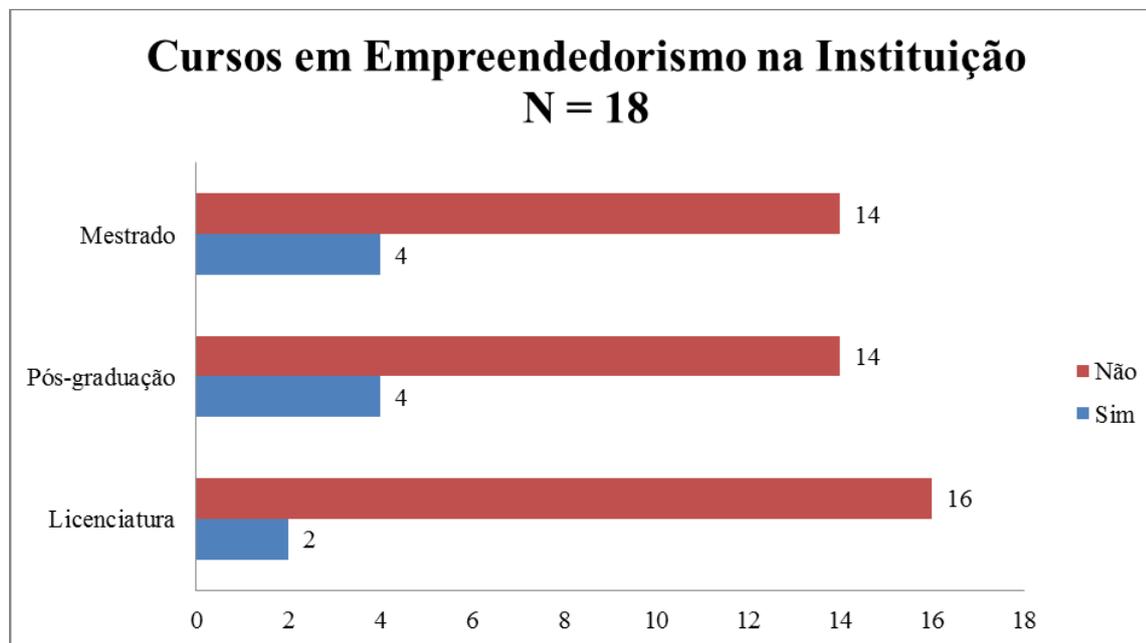
A maioria das instituições possui um centro dedicado ao Empreendedorismo ou algum tipo de estrutura similar (83%); conduz investigação sobre Empreendedorismo (61%) e possui alguma ligação a uma incubadora de negócios externa (72%).

A maioria das instituições não possui um departamento dedicado ao Empreendedorismo (78%) nem possui uma incubadora de negócios própria (67%).

Relativamente à condução de investigação específica sobre o ensino do Empreendedorismo (Q13), em cada uma das instituições observadas, os resultados são muito dispersos entre as três opções de resposta disponíveis, não se destacando nenhuma opção em particular.

Q15 – A sua Instituição possui cursos em Empreendedorismo ?

Gráfico 15 - Quantidade de cursos em empreendedorismo por instituição



Fonte: Elaborado pelo autor

Na maioria das instituições dos respondentes praticamente não existem cursos de Empreendedorismo. Nesta questão solicitou-se apenas que fossem considerados os cursos que possuam na sua designação o termo “Empreendedorismo”, procurando-se assim uma classificação mais apropriada com o que se pretende analisar.

A existência de cursos de empreendedorismo nas instituições dos respondentes está em linha com a reduzida existência de cursos com UC's de empreendedorismo a nível nacional – da análise realizada verificou-se que apenas 19 % (197) do total de 1047 cursos de 1º e 2º Ciclo a nível nacional, possuíam UC de empreendedorismo ou similar (ver Capítulo 4).

Q16 – Indique qual o seu grau de concordância com as seguintes afirmações:

(escala: 1 – discordo totalmente ... 5 – concordo totalmente)

Quadro 2 - Grau de concordância e discordância

Estatística descritiva / N = 18					
Opções de resposta	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Variância
Na minha Instituição realizam-se atividades multidisciplinares, relacionadas com o Empreendedorismo.	2	5	3,89	,963	,928
No seio da minha Instituição o Empreendedorismo é considerado como uma parte integrante da abordagem global à educação.	2	5	3,61	,979	,958
O ensino do Empreendedorismo ministrado na minha instituição é avaliado.	2	5	3,50	1,200	1,441
Os estudantes de Empreendedorismo da minha Instituição, mantêm algum contacto permanente com empresas.	1	5	3,06	1,056	1,114
O orçamento da minha Instituição prevê a realização de atividades relacionadas com o Empreendedorismo.	1	4	2,78	1,114	1,242

Fonte: Elaborado pelo autor

Constata-se que a realização de atividades multidisciplinares relacionadas com o empreendedorismo, apresenta uma maior homogeneidade dos resultados relativamente à concordância dos respondentes.

Por outro lado, aspetos relacionados com a avaliação do ensino do empreendedorismo ministrado nas instituições e o orçamento das instituições revelam ser as opções que colhem menor concordância por parte dos respondentes.

Q19 – Que métodos de ensino do Empreendedorismo são utilizados na sua Instituição?

Quadro 3 - Métodos de ensino utilizados

Métodos de ensino do Empreendedorismo	<i>f</i>	%
Aulas em sala de aula	18	19%
Projetos em equipa / trabalhos de grupo	16	17%
Planos de negócio	14	15%
Seminários / conferências	13	14%
Aulas abertas com a presença de empreendedores externos	11	12%
Estudos de caso	10	11%
Visitas a empresas	6	6%
Jogos de simulação empresarial / mini-empresas	5	5%
Outros eventos relacionados com o Empreendedorismo ...	1	1%

Fonte: Elaborado pelo autor

As aulas em sala de aula é o único método de ensino selecionado pela totalidade dos inquiridos. A realização de projetos em equipa / trabalhos de grupo e os planos de negócio surgem, respetivamente, como o segundo e terceiro métodos mais utilizados no ensino do Empreendedorismo.

Relativamente à opção de resposta “outros eventos relacionados com o Empreendedorismo”, foi ainda referido por um respondente a “participação no concurso nacional Poliemprende”.

As escolhas dos métodos de ensino e o seu grau de maior ou menor adoção, por parte dos docentes respondentes, está em linha com os diversos estudos analisados relativamente ao métodos de ensino mais utilizados na educação do empreendedorismo: aulas em sala; trabalhos de grupo e elaboração de planos de negócio.

5.2. Análise de conteúdo às fichas de unidade curricular

Para tornar possível esta parte da análise, efetuou-se uma recolha exaustiva de todas as fichas das unidades curriculares de Empreendedorismo ou similar, disponíveis nos sítios *Web* de cada um dos IP's e páginas *Web* de cada uma das respetivas unidades orgânicas/cursos⁴².

Apesar de existirem UC's de Empreendedorismo em todos os IP's (conforme anteriormente referido no ponto 3.2.), nem todas as instituições disponibilizam essa informação publicamente. De um total de 15 IP's existentes a nível nacional, apenas se conseguiram analisar fichas de UC's de 10 instituições.

Na Tabela 11 mostra-se a quantidade total das fichas de UC que foram recolhidas por instituição e que, após uma triagem inicial por documentos duplicados⁴³, constituem a fonte principal dos dados utilizados na análise exploratória de conteúdo (*corpus* da investigação).

Tabela 11- Fichas de UC disponíveis por cada IP

INSTITUIÇÕES	Fichas de UC's disponíveis por IP
Instituto Politécnico da Guarda	2
Instituto Politécnico de Beja	0
Instituto Politécnico de Bragança	6
Instituto Politécnico de Castelo Branco	9
Instituto Politécnico de Coimbra	1
Instituto Politécnico de Leiria	7
Instituto Politécnico de Lisboa	7
Instituto Politécnico de Portalegre	0
Instituto Politécnico de Santarém	1
Instituto Politécnico de Setúbal	10

⁴² - Nas páginas *Web* de alguns cursos, não se encontravam disponíveis as respetivas fichas de unidade curricular o que, mesmo apesar da solicitação direta de envio desta informação (por telefone e correio eletrónico) junto de cada instituição, não permitiu analisar o conteúdo da totalidade das fichas respeitantes a todas as unidades curriculares identificadas em cada unidade orgânica/curso.

⁴³ - Foram identificadas algumas situações onde a mesma unidade curricular, era ministrada em cursos/escolas diferentes, no seio do mesmo IP. Foram igualmente identificadas algumas situações onde os mesmos conteúdos constantes na ficha de uma determinada unidade curricular eram integralmente duplicados, numa outra ficha de outra unidade curricular com diferente designação. Nestes casos e, mediante a realização de uma triagem inicial, apenas se consideraram na análise exploratória de conteúdo, exemplares únicos (não duplicados).

Instituto Politécnico de Tomar	0
Instituto Politécnico de Viana do Castelo	0
Instituto Politécnico de Viseu	2
Instituto Politécnico do Cávado e do Ave	0
Instituto Politécnico do Porto	5
Total de fichas de UC's:	50
Total de fichas de UC analisadas (após triagem por duplicados):	40
Total de cursos com UC's de Empreendedorismo (agosto 2011):	197
Total de fichas de UC's / Total de cursos:	25,4%

Fonte: Elaborado pelo autor

As quarenta fichas de UC's que serão alvo de análise exploratória de conteúdo apresentam uma distribuição ao longo dos anos letivos, conforme se pode observar no Quadro 4.

Quadro 4 - Distribuição das fichas de UC analisadas por anos letivos

		Anos letivos								Total de UC's
		1º		2º		3º		4º		
Semestres	1º	4	33%	3	60%	8	38%	1	50%	16
	2º	8	67%	2	40%	13	62%	1	50%	24
	Totais:	12	100%	5	100%	21	100%	2	100%	40

Fonte: Elaborado pelo autor

De forma semelhante à distribuição verificada para o total das UC's identificadas (ver Quadro nº 5 abaixo), também no caso das 40 fichas de UC analisadas, o maior número de ocorrências verifica-se no 3º ano letivo.

Em todas as fichas de UC foi identificada uma estrutura documental (tópicos que são cobertos) semelhante entre as várias instituições. Para efeitos do presente estudo, consideram-se apenas as informações constantes nos seguintes tópicos:

- Designação da UC / Número de ECTS / Ano e semestre letivo / Opcional ou obrigatória / Objetivos / Programa / Método(s) / Bibliografia.

No total dos 197 cursos, a nível nacional, que possuem uma UC de Empreendedorismo ou similar, identificaram-se 38 designações únicas de UC's de Empreendedorismo (equivalente a 19,2% do total), conforme se pode ver na Tabela 12.

Tabela 12 - Designações das UC's de empreendedorismo nos vários cursos

Designações únicas das diversas UC's	f	%
Empreendedorismo	61	31%
Inovação e empreendedorismo	50	25%
Empreendedorismo e inovação	11	6%
Empreendedorismo e criação de empresas	7	4%
Economia, gestão e empreendedorismo	6	3%
Gestão empresarial e empreendedorismo	6	3%
Seminário de empreendedorismo	6	3%
Empreendedorismo e gestão de empresas	5	3%
Projeto e empreendedorismo	4	2%
Empreendedorismo em saúde	3	2%
Gestão da inovação e empreendedorismo	3	2%
Gestão e empreendedorismo	3	2%
Bioempreendedorismo	2	1%
Empreendedorismo e criação de negócios	2	1%
Empreendedorismo e gestão da inovação	2	1%
Gestão de empresas e empreendedorismo	2	1%
Marketing, inovação e empreendedorismo	2	1%
Organização, gestão e empreendedorismo	2	1%
Contextos profissionais, empreendedorismo e empregabilidade	1	1%
Empreendedorismo e desenvolvimento regional	1	1%
Empreendedorismo e enfermagem	1	1%
Empreendedorismo e gestão de eventos	1	1%
Empreendedorismo e gestão de projetos	1	1%
Empreendedorismo e gestão empresarial	1	1%
Empreendedorismo e inserção no mercado de trabalho	1	1%
Empreendedorismo e marketing	1	1%
Empreendedorismo e saúde	1	1%
Empreendedorismo em ciência animal	1	1%
Empreendedorismo na indústria alimentar	1	1%
Empreendedorismo na saúde	1	1%
Empreendedorismo no desporto	1	1%
Gestão, marketing e empreendedorismo	1	1%
Inovação e empreendedorismo em restauração e catering	1	1%
Inovação, criatividade e empreendedorismo	1	1%

Introdução ao empreendedorismo	1	1%
Marketing e empreendedorismo	1	1%
Metodologias de investigação, inovação e empreendedorismo	1	1%
Organização e empreendedorismo	1	1%
Total:	197	100%

Fonte: Elaborado pelo autor

As designações mais frequentemente utilizadas são “Empreendedorismo”, “Inovação e empreendedorismo” e “Empreendedorismo e inovação” com 31%, 25% e 6%, respetivamente. A designação “Empreendedorismo e criação de empresas” surge em 4º lugar, a nível nacional, com 4% do total das designações das UC’s de Empreendedorismo ou similar. Todas as UC’s identificadas possuem na sua designação o termo “Empreendedorismo”, existindo alguns exemplos onde apenas se verifica a inversão dos termos da designação (por exemplo: “Inovação e empreendedorismo” com “Empreendedorismo e inovação”) ou, noutros casos, ligeiras nuances lexicais na própria designação (por exemplo: “Empreendedorismo em saúde” com “Empreendedorismo na saúde”).

Ao nível dos cursos de 1º e 2º Ciclo foram identificadas, respetivamente, 20 UC’s e 1 UC de Empreendedorismo ou similar de cariz opcional. Todas as restantes UC’s de Empreendedorismo ou similar são obrigatórias, integrando o currículo base de cada curso.

A presença das UC’s de Empreendedorismo ao longo dos planos curriculares dos respetivos cursos pode ser observada no Quadro 5.

Quadro 5 - Distribuição do total das UC's de empreendedorismo por anos letivos

		Anos letivos								Total UC's p/ Semestre
		1º		2º		3º		4º		
Semestres	1º	8	38%	15	60%	73	50%	1	17%	97
	2º	13	62%	10	40%	72	50%	5	83%	100
	Totais:	21	10,7%	25	12,7%	145	73,6%	6	3,0%	197

Fonte: Elaborado pelo autor

Destaca-se uma maior ocorrência de UC’s de Empreendedorismo ou similar no terceiro ano dos cursos.

Quando se analisa o total das UC's de Empreendedorismo em cada ano letivo face ao total das UC's identificadas, verifica-se que 10,7% das UC's ocorrem no 1º ano; 12,7% no 2º ano; 73,6% no 3º ano e, por último, 3% no 4º ano letivo.

No Quadro 6 pode observar-se a distribuição das 197 UC's de Empreendedorismo identificadas, pelo número de créditos ECTS⁴⁴, sendo de destacar que o maior número de incidências se verifica nos seis e cinco ECTS, respetivamente com 46 e 38 UC's cada. A média aritmética simples de ECTS atribuídos às UC's de Empreendedorismo é de 4,46 ECTS.

Quadro 6 - Distribuição das UC's por número de créditos ECTS

	Total de créditos ECTS											
	1,5	2	3	4	4,5	5	5,5	6	7	8	10	12
Total UC's:	1	26	31	32	9	38	8	46	1	3	1	1

Fonte: Elaborado pelo autor

A UC que apresenta o menor número de ECTS (1,5) tem a designação de “Empreendedorismo e Enfermagem” e ocorre no 1º semestre do 4º ano letivo. A UC que apresenta o maior número de ECTS (12) possui a designação de “Projeto e empreendedorismo” e ocorre no 2º semestre do 3º ano letivo.

Na Tabela 13, podem ver-se as frequências absolutas dos vocábulos – com frequência igual ou superior a 50 - num total de 8002 vocábulos analisados e constantes nos 4 *corpus* constituídos para análise de conteúdo (objetivos; programa; métodos de ensino e bibliografia) e que serão alvo de análise nas secções seguintes.

Tabela 13 - Vocábulos com frequência => 50

Vocábulos	f	%
gestão	127	1,59
empreendedorismo	126	1,57
inovação	107	1,34

⁴⁴ - Em conformidade com o estipulado no Artigo 5º do Decreto-Lei nº 42/2005 de 22 de fevereiro, cada unidade ECTS pode corresponder a 25 ou 28 horas de trabalho, tendo como referência que a quantidade de horas de trabalho de um ano curricular, realizado a tempo inteiro, se situa entre as 1500 e as 1680 horas, para um total de 60 créditos realizados por ano.

negócio	92	1,15
negócios	83	1,04
plano	71	0,89
lisboa	68	0,85
empresa	67	0,84
análise	66	0,82
empreendedor	63	0,79
desenvolvimento	58	0,72
criação	52	0,65
alunos	51	0,64
empresas	50	0,62

Fonte: Elaborado pelo autor

Pela observação da tabela acima, destaca-se a frequência dos vocábulos “gestão” (1,59%), “empreendedorismo” (1,57%) e “inovação” (1,34%) o que indicia uma associação e inter-relação entre estas 3 áreas.

5.2.1. Análise aos Objetivos

O resultado da análise às unidades de vocabulário, por ordenação frequencial⁴⁵, usado na formulação dos Objetivos, pode ser visualizado na Tabela 14.

Tabela 14 - Vocábulos com frequência => 10

Vocábulos	<i>f</i>	%
alunos	30	1,64
capacidade	27	1,48
empreendedorismo	27	1,48
inovação	27	1,48
desenvolvimento	22	1,20
mercado	22	1,20
negócio	22	1,20
criação	21	1,15
empresas	21	1,15

⁴⁵ - Na elaboração da tabela, foram considerados apenas as palavras do tipo “palavras plenas” que, segundo Bardin (2009, p. 78) são “palavras «portadoras de sentido»: substantivos, adjetivos, verbos.”. As «palavras instrumento», com a finalidade de ligação, não são consideradas no presente estudo.

desenvolver	20	1,09
empreendedor	20	1,09
gestão	19	1,04
oportunidades	17	0,93
informação	16	0,87
processo	16	0,87
competências	15	0,82
ideias	15	0,82
organização	14	0,77
análise	13	0,71
compreender	13	0,71
conhecimentos	12	0,66
produtos	12	0,66
empresa	11	0,60
entender	11	0,60
negócios	11	0,60
problemas	11	0,60
processos	11	0,60
capacidades	10	0,55
conceitos	10	0,55
empresarial	10	0,55
espírito	10	0,55
forma	10	0,55
novas	10	0,55
serviços	10	0,55

Fonte: Elaborado pelo autor

Foram identificados 706 vocábulos diferentes, num total de 1830 vocábulos, portadores de sentido e presentes no texto. Na tabela acima, são listados apenas os vocábulos com frequências iguais ou superiores a 10. O índice de riqueza lexical⁴⁶ encontrado é de 38,57%, o que significa que em cada 100 palavras no texto, 38 são distintas e 62 repetem-se (100-38=62).

⁴⁶ - O índice de riqueza lexical ou, também designado “TTR = Type/Token Ratio”, segundo Bardin (2009) e Brito (2010) corresponde ao quociente da divisão do número total de vocábulos diferentes pelo número total de vocábulos existente num texto, em percentagem, e representa o número de vocábulos diferentes existente em cada 100 vocábulos. Quanto mais elevado for o valor obtido, maior será a riqueza do vocabulário empregue no texto (mais diversificado).

Tratando-se de uma análise aos objetivos pedagógicos, o destaque frequencial identificado nos vocábulos “alunos” e “capacidade” parece revelar alguma coerência com o conteúdo analisado, ou seja, o desenvolvimento de capacidades nos alunos será, certamente, um dos principais objetivos a merecer destaque nesta secção das fichas das UC’s.

Para análise dos objetivos existentes nas fichas das UC’s e conforme já referido anteriormente, efetuou-se uma primeira seleção do conteúdo com base na taxonomia de Bloom, selecionando os diversos objetivos lexicalmente através dos verbos em cada uma das seis categorias.

Na Tabela 15 listam-se os verbos identificados por cada categoria, na análise efetuada aos objetivos das fichas das UC’s. Os verbos (ações) “definir”; “descrever”; “identificar”; “construir”; “explicar”; “ilustrar”; “interpretar”; “selecionar”; “organizar”; “resolver”; “escolher” e “desenvolver” surgem em mais que uma categoria.

Tabela 15 - Verbos da taxonomia de Bloom identificados por categoria

Categorias	Verbos de ação identificados	Total de ocorrências	%
Conhecimento	definir / descrever / identificar (6)	12	8,4%
Compreensão	construir / definir / descrever / explicar / ilustrar / discutir / identificar (6) / interpretar / selecionar	25	17,6%
Aplicação	aplicar / desenvolver (18) / ilustrar / interpretar / organizar / resolver / usar / construir / escolher	32	22,5%
Análise	analisar (9) / determinar / identificar / ilustrar / selecionar	21	14,7%
Síntese	conceber / construir / criar (5) / elaborar / estabelecer / explicar / formular / organizar / desenvolver / projetar	37	26%
Avaliação	avaliar (5) / escolher / decidir / explicar / interpretar / resolver / selecionar	15	10,5%

Fonte: Elaborado pelo autor

Os verbos identificados a **negrito** em cada uma das categorias são os que apresentam uma frequência mais elevada dentro da respetiva categoria (entre parêntesis é indicada a frequência de ocorrência desse verbo). Para cada uma das categorias⁴⁷, podem consultar-se na Tabela 16 os excertos textuais (conteúdo) onde se encontra o verbo que apresenta a frequência mais elevada.

Tabela 16 - Frequência de ocorrência dos verbos por categoria

#	Categoria \ Verbo	Segmento textual (conteúdo)
1	Conhecimento\identificar	<i>Compreender o ciclo de inovação e <u>identificar</u> as barreiras e riscos da inovação.</i>
2	Conhecimento\identificar	<i>Capacidade de <u>identificar</u> e resolver os problemas que não são apresentados de forma estruturada, ou que apresentam configurações que não são familiares e de aplicar competências na resolução de problemas;</i>
3	Conhecimento\identificar	<i><u>Identificar</u> áreas de negócio e promover a criação do autoemprego</i>
4	Conhecimento\identificar	<i><u>Identificar</u> as condicionantes ao desenvolvimento do empreendedorismo.</i>
5	Conhecimento\identificar	<i>Determinar como as empresas podem <u>identificar</u> os segmentos que permitirão criar o seu mercado</i>
6	Conhecimento\identificar	<i>Capacidade de <u>identificar</u> e selecionar os recursos fundamentais à criação da própria empresa, observando as necessidades nas diversas áreas, desde o marketing e vendas, finanças e aspetos da gestão de recursos humanos</i>
#	Categoria \ Verbo	Segmento textual (conteúdo)
1	Aplicação\desenvolver	<i>Gerir o risco e <u>desenvolver</u> um plano de negócios onde se reflita os diferentes processos de inovação e de empreendedorismo.</i>
2	Aplicação\desenvolver	<i><u>Desenvolver</u> a capacidade de análise da envolvente, na pesquisa de oportunidades e tendências, bem como a conceção de produtos e/ou serviços adequados às necessidades do mercado.</i>
3	Aplicação\desenvolver	<i>Capacidade de analisar e <u>desenvolver</u> conclusões razoáveis para problemas estruturados e não estruturados através de um conjunto de informação disponibilizada e de informação adquirida pelo estudante;</i>
4	Aplicação\desenvolver	<i><u>Desenvolver</u> o espírito empreendedor nos alunos.</i>
5	Aplicação\desenvolver	<i><u>Desenvolver</u> o espírito empreendedor nos estudantes.</i>

⁴⁷ - Não são apresentados os segmentos textuais (conteúdos) para a categoria\verbo “Compreensão\identificar” visto serem iguais aos segmentos textuais (conteúdos), apresentados na categoria\verbo “Conhecimento\identificar”.

6	Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver capacidades que permitam ler e interpretar a informação contabilística de modo a analisar a situação económica e financeira das organizações hoteleiras;</i>
7	Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade de liderança, inovação e relações interpessoais;</i>
8	Aplicação\desenvolver	<i>Criar ou desenvolver um negócio específico.</i>
9	Aplicação\desenvolver	<i>Os objetivos da unidade curricular visam desenvolver nos alunos o espírito empreendedor e centram-se essencialmente nos seguintes pontos de aprendizagem:</i>
10	Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver nos alunos capacidades para serem inovadores.</i>
11	Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver nos alunos capacidades para serem empreendedores.</i>
12	Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver apresentações eficazes e persuasivas de ideias de negócio tendo em vista potenciais parceiros e financiadores</i>
13	Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade empreendedora, tanto ao nível académico como empresarial;</i>
14	Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver uma atitude empreendedora e criativa, e de competências, que possibilitem a criação de autoemprego, promovendo o conceito de desenvolvimento sustentável;</i>
15	Aplicação\desenvolver	<i>Espera-se desta forma desenvolver a capacidade de geração de ideias, desenvolver a criatividade e fomentar o empreendedorismo na área da engenharia informática.</i>
16	Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver e consolidar os referidos conhecimentos e competências adquiridos pelos alunos e proporcionar uma efetiva ligação da teoria à prática.</i>
17	Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver o espírito de inovação e iniciativa empresarial dos alunos.</i>
18	Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade de análise da envolvente, na pesquisa de oportunidades e tendências, bem como a conceção de produtos e/ou serviços adequados às necessidades do mercado.</i>
#	Categoria \ Verbo	Segmento textual (conteúdo)
1	Análise\analisar	<i>Capacidade de <u>analisar</u> e desenvolver conclusões razoáveis para problemas estruturados e não estruturados através de um conjunto de informação disponibilizada e de informação adquirida pelo estudante;</i>
2	Análise\analisar	<i>Desenvolver capacidades que permitam ler e interpretar a informação contabilística de modo a <u>analisar</u> a situação económica e financeira das organizações hoteleiras;</i>
3	Análise\analisar	<i><u>Analisar</u> e avaliar as etapas do processo empreendedor</i>
4	Análise\analisar	<i><u>Analisar</u> e interpretar as tendências do mercado.</i>
5	Análise\analisar	<i><u>Analisar</u> os diversos comportamentos de compra do consumidor, no mercado de bens de grande consumo e no mercado industrial.</i>
6	Análise\analisar	<i><u>Analisar</u> a rentabilidade de projetos de investimentos.</i>
7	Análise\analisar	<i><u>Analisar</u> a viabilidade financeira de projetos de investimento.</i>
8	Análise\analisar	<i>Recolher e <u>analisar</u> a informação necessária ao desenvolvimento do novo negócio.</i>
9	Análise\analisar	<i><u>Analisar</u> e interligar conhecimentos teóricos com casos práticos;</i>

#	Categoria \ Verbo	Segmento textual (conteúdo)
1	Síntese\Criar	<i>Criar um espírito empreendedor, motivar para a qualidade e criatividade, indispensáveis no setor hoteleiro.</i>
2	Síntese\Criar	<i>Conhecer e compreender as vantagens e os inconvenientes de <u>criar</u>/possuir uma empresa.</i>
3	Síntese\Criar	<i><u>Criar</u> ou desenvolver um negócio específico.</i>
4	Síntese\Criar	<i>Determinar como as empresas podem identificar os segmentos que permitirão <u>criar</u> o seu mercado</i>
5	Síntese\Criar	<i>Descodifica o empreendedorismo como processo de <u>criar</u> algo de novo, assumindo os riscos e as recompensas.</i>
#	Categoria \ Verbo	Segmento textual (conteúdo)
1	Avaliação\avaliar	<i>Formular uma estratégia de negócio nos domínios das tecnologias e sistemas de informação e <u>avaliar</u> o potencial da mesma.</i>
2	Avaliação\avaliar	<i>Para tanto, o aluno irá apreender as ferramentas que lhe permitirão <u>avaliar</u> o potencial de comercialização e geração de valor de ideias de negócio e as competências necessárias à transformação dessas ideias em negócios e empresas.</i>
3	Avaliação\avaliar	<i>Perceber e <u>avaliar</u> os diferentes fatores que influenciam a inovação;</i>
4	Avaliação\avaliar	<i>Analisar e <u>avaliar</u> as etapas do processo empreendedor</i>
5	Avaliação\avaliar	<i>Elaborar e <u>avaliar</u> um plano de negócios.</i>

Fonte: Elaborado pelo autor

O par categoria\verbo - aplicação\desenvolver – é o que apresenta uma frequência mais elevada, indiciando uma predominância de ações relacionadas com a aplicação de informações, métodos e conteúdos aprendidos (conhecimentos e competências) em novas situações concretas.

Em termos de categorias, a categoria de síntese é a que revela um maior número de ocorrências, indiciando uma ênfase na definição dos objetivos focada na capacidade dos estudantes reunirem informações em busca de soluções para os diversos problemas com que sejam confrontados.

As categorias conhecimento e avaliação são as que revelam a menor quantidade de ocorrências, com 12 e 15 ocorrências, respetivamente. Tal facto, parece indiciar uma ênfase menor em aspetos relacionados com a capacidade de apelar a conhecimentos anteriormente adquiridos pelos estudantes e, também, no desenvolvimento da capacidade de tomar decisões com base em critérios bem definidos (externos ou internos), interpretando e avaliando o valor do conhecimento.

O total das ocorrências em cada Categoria\verbo pode ser consultado no Apêndice V, no final deste estudo.

5.2.2. Análise ao Programa

O resultado da análise ao vocabulário usado nos Programas, por ordenação frequencial, pode ser visualizado na Tabela 17.

Tabela 17 - Vocábulo com frequência => 10

Vocábulo	f	%
empreendedorismo	74	3,09
negócio	62	2,59
plano	57	2,38
inovação	55	2,30
negócios	54	2,26
gestão	47	1,96
análise	45	1,88
desenvolvimento	33	1,38
estratégia	33	1,38
marketing	33	1,38
empresa	31	1,30
empreendedor	29	1,21
financiamento	29	1,21
processo	27	1,13
tipos	23	0,96
criação	23	0,96
empresarial	22	0,92
empresas	21	0,88
conceito	20	0,84
mercado	20	0,84
organizacional	18	0,75
produtos	18	0,75
planeamento	17	0,71
recursos	17	0,71
financeira	17	0,71
organizações	17	0,71
definição	16	0,67

função	14	0,59
avaliação	14	0,59
oportunidades	14	0,59
sistemas	13	0,54
envolvente	13	0,54
características	13	0,54
constituição	13	0,54
evolução	13	0,54
ideias	12	0,50
fatores	12	0,50
componentes	12	0,50
importância	12	0,50
implementação	11	0,46
modelo	11	0,46
perfil	11	0,46
ideia	11	0,46
estratégico	11	0,46
papel	11	0,46
informação	10	0,42
financeiro	10	0,42

Fonte: Elaborado pelo autor

Foram identificados 651 vocábulos diferentes num total de 2394 vocábulos, portadores de sentido e presentes no texto. Também nesta análise, são apenas apresentados os vocábulos com frequências iguais ou superiores a 10. O índice de riqueza lexical é de 27,19%, o que significa que em cada 100 vocábulos, 27 são vocábulos distintos.

O destaque do número de ocorrências do vocábulo “empreendedorismo” indicia alguma coerência com as próprias designações das diversas UC’s analisadas e, também, com a principal área temática que é visada no desenvolvimento de todos os programas analisados – o empreendedorismo surge como a principal área programática quer isoladamente, quer diretamente associado a outros aspetos.

Na análise exploratória ao conteúdo dos programas, definiram-se as seguintes categorias: “Empreendedor”; “Empreendedorismo” e “Matérias”. Na análise a esta última categoria e devido à diversidade de conteúdos encontrados, criaram-se as seguintes subcategorias: “Marketing”; “Inovação”; “Estratégia”; “Financiamento”; “Gestão”; “Mercado”;

“Criatividade e criação de negócio”; “Oportunidade”; “Desenvolvimento”; “Negócio e Plano de negócios”; “Empresa”.

Na Tabela 18 pode observar-se a frequência para cada uma das categorias / sub-categorias.

Tabela 18 - Frequências das categorias e subcategorias

Categorias	f	%
Empreendedor	7	2%
Empreendedorismo	33	11%
Matérias (subcategorias)		
Marketing	19	6%
Inovação	36	12%
Estratégia	20	7%
Financiamento	25	8%
Gestão	21	7%
Mercado	14	5%
Criatividade e criação de negócio	19	6%
Oportunidade	9	3%
Desenvolvimento	14	5%
Negócio e Plano de negócios	42	14%
Empresa	43	14%

Fonte: Elaborado pelo autor

Pela análise às frequências constata-se a maior ocorrência nas subcategorias “Negócio e Plano de negócios” e “Empresa”, ambas com 14% do total das categorias. Segue-se a subcategoria “Inovação” com 12%, seguida pela categoria “Empreendedorismo” com 11% do total das categorias (302 = 100%).

Tais ocorrências indiciam uma ênfase dos programas nas questões relacionadas com os negócios e as empresas e com a elaboração do plano de negócios. Uma atenção especial parece também ser atribuída à inovação.

Por outro lado, são também de destacar pela baixa frequência verificada, as subcategorias “Oportunidade” (3%), “Mercado” e “Desenvolvimento” (ambas com 5%), “Criatividade e criação de negócios” e “Marketing” (ambas com 6%) e ainda, as subcategorias de “Gestão” e “Estratégia” (ambas com 7%).

Estas baixas frequências parecem indicar um menor relevo com matérias relacionadas com a deteção/avaliação de oportunidades, com o mercado e com o desenvolvimento de atividades/negócios o que, de certa forma, é reforçado também pela baixa frequência verificada para a criatividade, a criação de negócios e marketing. Os aspetos relacionados com as subcategorias de gestão e estratégia, também parecem não ocupar muito espaço nos programas analisados.

A categoria “Empreendedor” com 2% de ocorrência indica um baixo destaque dado nos programas das UC’s, aos aspetos relacionados com o próprio indivíduo, com o empreendedor enquanto elemento central do empreendedorismo (do ensino do empreendedorismo).

Na Tabela 19, podem observar-se todos os segmentos textuais identificados em cada uma das categorias / subcategorias analisadas.

Tabela 19 - Segmentos textuais por categoria e subcategoria

Categoria	Segmento textual (conteúdo)
Empreendedor	<i>Características do comportamento empreendedor</i>
Empreendedor	<i>Características dos Empreendedores</i>
Empreendedor	<i>Motivação e perfil do empreendedor</i>
Empreendedor	<i>O empreendedor individual</i>
Empreendedor	<i>O empreendedor: Perfil, Competências e seu Desenvolvimento</i>
Empreendedor	<i>O papel do empreendedor</i>
Empreendedor	<i>Tipos de empreendedores</i>
Categoria	Segmento textual (conteúdo)
Empreendedorismo	<i>A natureza e importância do empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>As abordagens ao empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Caracterização do empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Clusters e empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Conceito e multidisciplinaridade do empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Empreendedorismo e criação de empresas</i>
Empreendedorismo	<i>Empreendedorismo e criação de empresas de gestão turística</i>
Empreendedorismo	<i>Empreendedorismo e Criatividade</i>
Empreendedorismo	<i>Empreendedorismo e Desenvolvimento de Negócios</i>
Empreendedorismo	<i>Empreendedorismo ideias e oportunidades</i>
Empreendedorismo	<i>Empreendedorismo social</i>

Empreendedorismo	<i>Empreendedorismo, Inovação e Desenvolvimento Económico</i>
Empreendedorismo	<i>Empreendedorismo: a realidade portuguesa</i>
Empreendedorismo	<i>Estudos de caso e análise dos guias do empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Ética e empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Fatores condicionantes do empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Fatores determinantes do empreendedorismo (oportunidade, conhecimento e necessidade):</i>
Empreendedorismo	<i>Fatores facilitadores do empreendedorismo nas organizações</i>
Empreendedorismo	<i>Fatores potenciadores do empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Importância estratégica do conceito e prática no país e nos países envolventes</i>
Empreendedorismo	<i>Inovação, empreendedorismo e competitividade</i>
Empreendedorismo	<i>Inovação, Empreendedorismo e Desenvolvimento de Novos Produtos</i>
Empreendedorismo	<i>Intraempreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Introdução ao empreendedorismo e a situação em Portugal e no mundo</i>
Empreendedorismo	<i>Origem; definições, perspetivas; razões para empreender um negócio</i>
Empreendedorismo	<i>O conceito de empreendedorismo tecnológico</i>
Empreendedorismo	<i>O empreendedorismo como um imperativo competitivo das organizações</i>
Empreendedorismo	<i>O modelo de empreendedorismo da CG Internacional</i>
Empreendedorismo	<i>O processo do empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Os desafios e os mitos do empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Políticas de apoio e promoção ao empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Problemas estruturais do empreendedorismo</i>
Empreendedorismo	<i>Tipos de empreendedorismo</i>
Matérias / Marketing	Segmento textual (conteúdo)
Marketing	<i>A abordagem do marketing mix e a abordagem relacional</i>
Marketing	<i>Abordagens ao conceito de marketing e suas componentes</i>
Marketing	<i>Análise do Mercado e Marketing</i>
Marketing	<i>Apresentação do Plano de Marketing</i>
Marketing	<i>Aspetos fundamentais do marketing de serviços</i>
Marketing	<i>Definição, origem e gestão do marketing</i>
Marketing	<i>Elaboração do Plano de Marketing</i>
Marketing	<i>Estratégia de Marketing e estudos de mercado</i>
Marketing	<i>Estratégia Empresarial e Planeamento de Marketing</i>

Marketing	<i>Função Marketing</i>
Marketing	<i>Fundamentos de Marketing e de Gestão Estratégica</i>
Marketing	<i>Marketing digital e search engines</i>
Marketing	<i>Marketing direto</i>
Marketing	<i>Marketing mix</i>
Marketing	<i>Noção e componentes do Marketing Estratégico</i>
Marketing	<i>O marketing da nova empresa</i>
Marketing	<i>O marketing e a estratégia das novas empresas</i>
Marketing	<i>O meio envolvente de Marketing</i>
Marketing	<i>Sistemas de informação e pesquisa de marketing (métodos de previsão)</i>
Matérias / Inovação	Segmento textual (conteúdo)
Inovação	<i>A aprendizagem e a inovação</i>
Inovação	<i>A inovação como função estratégica</i>
Inovação	<i>A inovação e a invenção: a I&D</i>
Inovação	<i>A Inovação empresarial como vetor estratégico</i>
Inovação	<i>A inovação na perspetiva da empresa</i>
Inovação	<i>A inovação organizacional e a cultura organizacional inovadora</i>
Inovação	<i>A inovação radical</i>
Inovação	<i>A inovação, a tecnologia e a sua relação com o empreendedorismo</i>
Inovação	<i>A inovação: tipos, aplicação, processo, capacidade e resultado</i>
Inovação	<i>A Organização e a Inovação</i>
Inovação	<i>A performance da inovação dos produtos</i>
Inovação	<i>A Problemática em torno do empreendedorismo e da inovação</i>
Inovação	<i>Conceito</i>
Inovação	<i>Contexto da inovação em Portugal</i>
Inovação	<i>Contextos da Inovação: razões; atitudes empresariais; fontes; tipos; obstáculos e incentivos</i>
Inovação	<i>Dimensão estratégica da inovação e da inovação pelo design</i>
Inovação	<i>Estudo comparado de políticas e dos sistemas de inovação em vários países especialmente na dimensão do design</i>
Inovação	<i>Fatores de inovação e processos de inovação</i>
Inovação	<i>Gestão da Inovação: problemática da adoção e difusão (modelos e condicionantes)</i>
Inovação	<i>Gestão do processo de inovação</i>
Inovação	<i>Inovação e Atitude Empreendedora</i>

Inovação	<i>Inovação e Benchmarking</i>
Inovação	<i>Inovação e criatividade</i>
Inovação	<i>Inovação em Ambientes Globais</i>
Inovação	<i>Inovação Tecnológica e Criação de Valor</i>
Inovação	<i>Inovação, empreendedorismo e competitividade</i>
Inovação	<i>Inovação, Empreendedorismo e Desenvolvimento de Novos Produtos</i>
Inovação	<i>O conceito de Inovação: Domínios de Aplicação da Inovação</i>
Inovação	<i>O contexto de mudança: o papel da inovação</i>
Inovação	<i>O Processo da Inovação</i>
Inovação	<i>O processo de inovação: produção e difusão de conhecimento</i>
Inovação	<i>O que é a Inovação</i>
Inovação	<i>Os processos de inovação e criação de empresas</i>
Inovação	<i>Políticas de inovação e sustentabilidade: Análise do caso português</i>
Inovação	<i>Processo e modelos de Inovação: perspectiva histórica</i>
Inovação	<i>Tipos de Inovação</i>
Matérias / Estratégia	Segmento textual (conteúdo)
Estratégia	<i>A estratégia: definição e implementação</i>
Estratégia	<i>As estratégias de negócio nos domínios das tecnologias e sistemas de informação</i>
Estratégia	<i>Casos Práticos de Estratégia</i>
Estratégia	<i>Desenho de estratégias</i>
Estratégia	<i>Estratégia de Comunicação</i>
Estratégia	<i>Estratégia de crescimento: onde se podem ver as oportunidades?</i>
Estratégia	<i>Estratégia e Tática para um Novo Projeto</i>
Estratégia	<i>Estratégia Empresarial e Militar</i>
Estratégia	<i>Estratégia Empresarial e Planeamento de Marketing</i>
Estratégia	<i>Estratégia, etapas e fontes de financiamento</i>
Estratégia	<i>Estratégias de Crescimento e Internacionalização</i>
Estratégia	<i>Estratégias de Mercado, Segmentação e Posicionamento</i>
Estratégia	<i>Formulação da Estratégia</i>
Estratégia	<i>Formulação da Estratégia de Negócio</i>
Estratégia	<i>Implementação da Estratégia de Negócio</i>
Estratégia	<i>Missão, Objetivos e Estratégia</i>
Estratégia	<i>Natureza e evolução da Estratégia de Diversificação</i>
Estratégia	<i>Natureza e evolução da Estratégia de Integração vertical</i>

Estratégia	<i>Natureza e evolução da Estratégia de Internacionalização</i>
Estratégia	<i>Natureza e evolução da Estratégia de Produtos Mercados</i>
Matérias / Financiamento	Segmento textual (conteúdo)
Financiamento	<i>A função financeira; as decisões e possibilidades de financiamento;</i>
Financiamento	<i>A gestão da tesouraria</i>
Financiamento	<i>Análise económica e fontes de financiamento</i>
Financiamento	<i>As dificuldades de financiamento de novos negócios</i>
Financiamento	<i>Capital de Risco, Garantia Mútua e Business Angels</i>
Financiamento	<i>Condições específicas: mercado laboral, financiamento; política fiscal; política governamental; clima económico cultural e social, infra estruturas</i>
Financiamento	<i>Custo do Capital: a interação entre decisões de investimento e decisões de financiamento</i>
Financiamento	<i>Elementos de Gestão financeira: fluxos financeiros, documentos financeiros e sua análise</i>
Financiamento	<i>Estratégia, etapas e fontes de financiamento</i>
Financiamento	<i>Financiamento de Novos Negócios</i>
Financiamento	<i>Financiamento e empreendedorismo:</i>
Financiamento	<i>Mecanismos de financiamento de negócios</i>
Financiamento	<i>Metodologia da avaliação de projetos: ciclo do projeto, estudos de viabilidade, óticas de análise; critérios de avaliação: determinação do cash-flow, custo do capital, financiamento</i>
Financiamento	<i>Modelos de financiamento de negócios</i>
Financiamento	<i>Necessidades de financiamento</i>
Financiamento	<i>O conceito de capital de risco</i>
Financiamento	<i>O financiamento da nova empresa</i>
Financiamento	<i>O investimento e o financiamento</i>
Financiamento	<i>O mapa de financiamento</i>
Financiamento	<i>O papel da rede de relações no financiamento</i>
Financiamento	<i>Opções de financiamento disponíveis</i>
Financiamento	<i>Relevância e modalidades de financiamento</i>
Financiamento	<i>Risco, financiamento e maturação dos produtos</i>
Financiamento	<i>Sistemas de Incentivos para a Criação e Desenvolvimento das Empresas</i>
Financiamento	<i>Tipos de financiamento</i>
Matérias / Gestão	Segmento textual (conteúdo)
Gestão	<i>A Função de Gestão</i>
Gestão	<i>A gestão da informação e a redução da incerteza na tomada de decisão</i>

Gestão	<i>A gestão de grupos</i>
Gestão	<i>A gestão do novo negócio</i>
Gestão	<i>A gestão financeira e o equilíbrio financeiro da empresa</i>
Gestão	<i>A gestão, suas tarefas e funções</i>
Gestão	<i>Abordagens e gestão por processos</i>
Gestão	<i>Antecedentes e evolução da Gestão</i>
Gestão	<i>Competências de gestão para o Empreendedor</i>
Gestão	<i>Conceito, funções e níveis de Gestão</i>
Gestão	<i>Definição, origem e gestão do marketing</i>
Gestão	<i>Elementos de gestão de recursos humanos</i>
Gestão	<i>Evolução da Gestão</i>
Gestão	<i>Gestão de Empresas</i>
Gestão	<i>Gestão de projetos e estrutura organizacional</i>
Gestão	<i>Gestão de risco</i>
Gestão	<i>Gestão e Organização</i>
Gestão	<i>Teorias da gestão</i>
Gestão	<i>Gestão pela Qualidade Total</i>
Gestão	<i>Perfil de Gestão</i>
Gestão	<i>Sistemas de Gestão do Negócio: Definição, Desenvolvimento e Implementação</i>
Matérias / Mercado	Segmento textual (conteúdo)
Mercado	<i>A abordagem centrada no mercado e centrada nos recursos</i>
Mercado	<i>Análise do mercado</i>
Mercado	<i>Análise e Avaliação de Novas Oportunidades de Negócio: definição do produto e do mercado, concorrência e vantagem competitiva</i>
Mercado	<i>Breve Referência às Estruturas de Mercado</i>
Mercado	<i>Da Ideia ao Mercado</i>
Mercado	<i>Enquadramento da Indústria e do Mercado</i>
Mercado	<i>Estudos de mercado</i>
Mercado	<i>Evolução da Estratégia de Produtos Mercados</i>
Mercado	<i>Interligações Tecnologia / Produto e serviço / Mercado</i>
Mercado	<i>Investigar e a avaliar mercados de produtos</i>
Mercado	<i>Mercado Consumidor e comportamento de compra do consumidor</i>
Mercado	<i>Natureza da Estratégia de Produtos Mercados</i>
Mercado	<i>Produtos e Mercados Complementares</i>

Mercado	<i>Segmentação de mercado, determinação do grupo alvo e posicionamento</i>
Matérias / Criatividade e Criação de Negócio	Segmento textual (conteúdo)
Criatividade e criação de negócio	<i>A Ideia de Negócio</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>A implementação: da ideia inicial à comercialização bem sucedida</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Análise do Potencial do Promotor e da Ideia</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Apresentar ideias de produtos e planos de comercialização</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Criação e seleção de ideias</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Criatividade e arranque do novo negócio</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Criatividade e ideia do novo negócio</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Da ideia à oportunidade de negócio</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Da ideia ao conceito de negócio</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Da Ideia ao Mercado</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Da ideia ao Plano de Negócios: tipos, fases, suporte documental, financiamento, entidades promotoras</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Das ideias à ação</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Estratégias de criatividade e inovação organizacional</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Idealização do negócio</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Ideias de negócios</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Ideias Tecnológicas e Oportunidades de Negócio</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Inovação e criatividade</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Técnicas de geração de Ideias</i>
Criatividade e criação de negócio	<i>Visão do negócio (ideia)</i>
Matérias / Oportunidade	Segmento textual (conteúdo)
Oportunidade	<i>A deteção de oportunidades</i>
Oportunidade	<i>Análise de oportunidades</i>
Oportunidade	<i>Análise e Avaliação de Novas Oportunidades de Negócio: definição do produto e do mercado, concorrência e vantagem competitiva</i>
Oportunidade	<i>Estratégia de crescimento: onde se podem ver as oportunidades?</i>
Oportunidade	<i>Ideias Tecnológicas e Oportunidades de Negócio</i>
Oportunidade	<i>Identificação da oportunidade de negócio</i>
Oportunidade	<i>O processo empreendedor: Identificação da oportunidade de negócio</i>
Oportunidade	<i>Plano de Oportunidade de Negócio</i>
Oportunidade	<i>Técnicas de identificação de oportunidades</i>
Matérias / Desenvolvimento	Segmento textual (conteúdo)
Desenvolvimento	<i>Benefícios, Custos e Riscos do Desenvolvimento Empresarial</i>

Desenvolvimento	<i>Desenvolvimento das características empreendedoras</i>
Desenvolvimento	<i>Desenvolvimento de Novos Produtos e Serviços Inovação Tecnológica e Criação de Valor</i>
Desenvolvimento	<i>Desenvolvimento de um projeto de negócio próprio</i>
Desenvolvimento	<i>Desenvolvimento Empresarial</i>
Desenvolvimento	<i>Desenvolvimento sustentado</i>
Desenvolvimento	<i>Evolução do Desenvolvimento Empresarial</i>
Desenvolvimento	<i>Investigação e Desenvolvimento</i>
Desenvolvimento	<i>Natureza do Desenvolvimento Empresarial</i>
Desenvolvimento	<i>O desenvolvimento de produtos e serviços</i>
Desenvolvimento	<i>O processo de planeamento e desenvolvimento de produto</i>
Desenvolvimento	<i>Organismo de Apoio ao Desenvolvimento da Atividade</i>
Desenvolvimento	<i>Os processos de investigação científica ou desenvolvimento tecnológico</i>
Desenvolvimento	<i>Processo de desenvolvimento de produtos e sua organização</i>
Matérias / Negócio e Plano de negócios	Segmento textual (conteúdo)
Negócio e Plano de negócios	<i>A definição do modelo de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>A entrada no novo negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>A estratégia de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>A formalização do plano de negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>A gestão do novo negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>A importância do planeamento de negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>A monitorização do plano de negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Apresentação de propostas de negócio: elevator pitch</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Apresentação do plano de negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>As dificuldades de financiamento de novos negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Componentes críticas do plano de negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Compromissos e parceiros de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Conceito de negócio e propostas de valor</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Criatividade e arranque do novo negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Criatividade e ideia do novo negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Da ideia ao conceito de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Desafios e constrangimentos dos pequenos negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Desenvolvimento de um projeto de negócio próprio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Elaboração do plano de negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Empreendedorismo e desenvolvimento de negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Estudo de viabilidade do negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Fontes de financiamento de novos negócios</i>

Negócio e Plano de negócios	<i>Formalização e legalização do negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Formulação da estratégia de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Ideias de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Ideias tecnológicas e oportunidades de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Identificação da oportunidade de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Implementar ideias de negócio no mundo real</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Lançamento do negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Localização e operacionalização do negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Mecanismos de financiamento de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Modelos de financiamento de negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Modelos de negócio sustentáveis</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Modelos de planos de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>O conceito de negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>O processo de criação de novos negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Os promotores do negócio: potencial e visão</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Planeamento de portfolios de negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Planeamento financeiro e avaliação de novos negócios</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Planeamento operacional e estratégico do negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Razões para empreender um negócio</i>
Negócio e Plano de negócios	<i>Requisitos de informação para o plano de negócios</i>
Matérias / Empresa	Segmento textual (conteúdo)
Empresa	<i>A Empresa e o meio envolvente</i>
Empresa	<i>A Empresa e os seus recursos</i>
Empresa	<i>A Equipa Empresarial e o Modelo Organizacional</i>
Empresa	<i>A Fiscalidade da Empresa: IRC, IVA e outros impostos</i>
Empresa	<i>Afetação específica de património à atividade empresarial</i>
Empresa	<i>Análise da Empresa</i>
Empresa	<i>Análise do meio envolvente da empresa</i>
Empresa	<i>Análise estratégica e competitividade da empresa</i>
Empresa	<i>Apresentação da empresa</i>
Empresa	<i>Aspetos formais da criação de empresas</i>
Empresa	<i>Aspetos legais associados à criação de empresas</i>
Empresa	<i>Aspetos legais e éticos na nova empresa</i>
Empresa	<i>Benefícios, Custos e Riscos do Desenvolvimento Empresarial</i>
Empresa	<i>Boas práticas empresariais</i>
Empresa	<i>Caracterização Geral da Empresa</i>
Empresa	<i>Clusters como fator associado à criação de empresas</i>
Empresa	<i>Conceito e objetivos da Empresa</i>

Empresa	<i>Constituição da Empresa: escolha da forma jurídica e fiscal mais adequada</i>
Empresa	<i>Constituição e Enquadramento Jurídico e Fiscal da Empresa</i>
Empresa	<i>Crescimento e agrupamento de empresas</i>
Empresa	<i>Criação de empresas de base tecnológica</i>
Empresa	<i>Da ideia ao Negócio: Constituição da Empresa (Start-ups)</i>
Empresa	<i>Desenvolvimento Empresarial</i>
Empresa	<i>O Livro Verde “Espírito Empresarial da União Europeia”</i>
Empresa	<i>Evolução do Desenvolvimento Empresarial</i>
Empresa	<i>Funções da Empresa</i>
Empresa	<i>Gestão de Empresas</i>
Empresa	<i>Evolução do conceito de empresa</i>
Empresa	<i>Governança da Empresa</i>
Empresa	<i>Implicações do crescimento para a empresa</i>
Empresa	<i>Introdução à Contabilidade e Finanças Empresariais</i>
Empresa	<i>Legislação empresarial</i>
Empresa	<i>Mecanismo de incentivos à criação de empresas</i>
Empresa	<i>Natureza do Desenvolvimento Empresarial</i>
Empresa	<i>O essencial do direito das empresas</i>
Empresa	<i>O plano da nova empresa</i>
Empresa	<i>O processo legal de constituição de empresas</i>
Empresa	<i>Origem do Sucesso Empresarial</i>
Empresa	<i>Problemas legais com a constituição de uma empresa</i>
Empresa	<i>Recursos da Empresa</i>
Empresa	<i>Reestruturação empresarial</i>
Empresa	<i>Sistemas de Incentivos para a Criação e Desenvolvimento das Empresas</i>
Empresa	<i>Teoria da Empresa</i>

Fonte: Elaborado pelo autor

5.2.3. Análise aos Métodos de Ensino

O resultado da análise ao vocabulário usado nos Métodos de Ensino, por ordenação frequencial, pode ser visualizado na Tabela 20.

Tabela 20 - Vocábulo com frequência => 10

Vocábulo	f	%
alunos	20	2,56
aulas	18	2,31
conceitos	11	1,41
prática	11	1,41
componente	11	1,41
casos	10	1,28
grupo	10	1,28
método	10	1,28
exposição	10	1,28

Fonte: Elaborado pelo autor

Foram identificados 338 vocábulos diferentes, num total de 781 vocábulos, portadores de sentido e presentes no texto. O índice de riqueza lexical encontrado é de 43,28%. Também na tabela acima se apresentam apenas os vocábulos com frequências iguais ou superiores a 10.

O destaque frequencial dos vocábulos “alunos” (2,56%) e “aulas” (2,31%), apesar de relativo, revela alguma incidência sobre o público-alvo dos diversos métodos de ensino (alunos) e, também, sobre qual o principal meio utilizado para ministrar o ensino do empreendedorismo (aulas), aspetos estes que estão em linha com as respostas obtidas ao questionário (ver Secção 4.1.).

Na análise de conteúdo efetuada aos métodos de ensino utilizados, foram criadas as seguintes 7 categorias: “Metodologias/exposição”; “Tipo de aulas”; “Seminários e conferências”; “Visitas”; “Tipo de trabalhos”; “Estudos de caso”; “Planos de negócio”.

Na Tabela 21 pode observar-se a frequência para cada uma das categorias.

Tabela 21 - Frequência por categoria

Categorias	f	%
Metodologias/exposição	16	35%
Tipo de aulas	9	20%
Seminários e conferências	3	7%
Visitas	1	2%
Tipo de trabalhos	7	15%
Estudos de caso	7	15%
Planos de negócio	3	7%

Fonte: Elaborado pelo autor

A elevada frequência verificada nas categorias “Metodologias/exposição” (35%) e “Tipo de aulas” (20%), revela a maior incidência em aulas presenciais em sala com recurso ao método expositivo, através da realização de aulas teórico-práticas (46 = 100%).

Quando se analisam as frequências das categorias “Tipo de trabalhos” e “Estudos de caso” (ambas com 15%), identifica-se alguma coerência com as categorias analisadas anteriormente, pois a prática de trabalhos individuais ou de grupo, assim como o estudo de casos, geralmente, ocorrem em ambiente de sala de aula com recurso ao apoio do docente.

É também de destacar a baixa frequência verificada nas categorias “Visitas” (2%) e “Seminários e conferências” (7%) o que, para além de indiciar uma baixa utilização destes métodos, revela também pouca abertura para formação no exterior.

No caso particular da baixa frequência verificada na categoria “Planos de negócio” (3%), para além de revelar uma baixa utilização deste método de ensino, revela igualmente alguma incoerência com a elevada frequência dos “planos de negócio”, registada na análise feita aos programas (ver Secção 4.2.2.), onde a subcategoria “Negócio e Planos de negócio” está entre as que registam frequência mais elevada.

Na Tabela 22 podem observar-se todos os segmentos textuais para cada uma das 7 categorias anteriormente identificadas.

Tabela 22 - Frequência das categorias identificadas

Categoria	Segmento textual (conteúdo)
Metodologias / exposição	<i>“Esta unidade curricular ancorar-se-á no método “learning by doing”, com especial ênfase no trabalho desenvolvido pelos alunos ao longo das aulas, com diversas atividades que facilitarão o desenvolvimento das competências preconizadas.”</i>
Metodologias / exposição	<i>“Metodologia de Aprendizagem: Presencial: As aulas seguirão uma metodologia expositiva em diálogo e com participação dos alunos, seguida de trabalhos de investigação e discussão, com eventual convite a empresários e técnicos do setor (eventualmente com visitas às próprias empresas sempre que se justificar e for materialmente possível)”</i>
Metodologias / exposição	<i>“A metodologia de ensino utilizada na disciplina assenta em práticas pedagógicas que envolvem o método expositivo nas aulas síntese para o conjunto dos alunos, bem como os métodos interrogativo e ativo nas sessões de acompanhamento dos grupos de trabalho.”</i>

Metodologias / exposição	<i>“As aulas seguem uma exposição sequencial de conceitos operativos e de instrumentos de análise que visam estimular o interesse dos alunos pelo empreendedorismo...”</i>
Metodologias / exposição	<i>“Aulas teórico/práticas nas quais se procede a uma exposição teórica dos conteúdos programáticos, seguida de uma componente prática na qual se privilegia a resolução de casos práticos.”</i>
Metodologias / exposição	<i>“Aulas teórico/práticas nas quais se procede a uma exposição teórica dos conteúdos programáticos, seguida de uma componente prática na qual se privilegia a resolução de exercícios.”</i>
Metodologias / exposição	<i>“O método de ensino requer a proactividade dos alunos e o acompanhamento do docente quanto ao progresso dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos individualmente e em grupo.”</i>
Metodologias / exposição	<i>“Ensino teórico-prático (TP) - apresentação e discussão dos conteúdos programáticos e aplicação dos conceitos e conhecimentos teóricos à análise e resolução de casos.”</i>
Metodologias / exposição	<i>“Complementarmente, serão abordados vários temas, do ponto de vista teórico, recorrendo a um método expositivo/interrogativo.”</i>
Metodologias / exposição	<i>“Exposição e exploração dos conteúdos programáticos, sempre acompanhada por elaboração de dinâmicas práticas.”</i>
Metodologias / exposição	<i>“Trata-se de uma cadeira teórico-prática, cuja dinamização assenta no estudo e discussão de temas/casos”</i>
Metodologias / exposição	<i>“As sessões deverão, tanto quanto possível, sustentar a exposição dos conteúdos em ilustrações práticas”</i>
Metodologias / exposição	<i>“Apresentação das diferentes temáticas em sessões presenciais de duas horas de exposição.”</i>
Metodologias / exposição	<i>“Método teórico-prático; Utilização de ferramentas informáticas de apoio.”</i>
Metodologias / exposição	<i>“As metodologias de ensino assentam no método expositivo e interrogativo.”</i>
Metodologias / exposição	<i>“Metodologia Learning By doing”</i>
Categoria	Segmento textual (conteúdo)
Tipo de aulas	<i>“A unidade curricular será lecionada com recurso a aulas expositivas e aulas práticas de resolução de casos de estudo.”</i>
Tipo de aulas	<i>“Aulas presenciais em regime de seminários e conferências.”</i>
Tipo de aulas	<i>“Aulas teórico/práticas nas quais se procede a uma exposição teórica dos conteúdos -programáticos, seguida de uma componente prática na qual se privilegia a resolução de exercícios.”</i>
Tipo de aulas	<i>“Aulas teórico/práticas nas quais se procede a uma exposição teórica dos conteúdos programáticos, seguida de uma componente prática na qual se privilegia a resolução de casos práticos”</i>
Tipo de aulas	<i>“As aulas seguem uma exposição sequencial de conceitos operativos e de instrumentos de análise que visam estimular o interesse dos alunos pelo empreendedorismo como uma filosofia de vida pró-ativa face aos desafios da economia global.”</i>
Tipo de aulas	<i>“As aulas contemplam a análise e o debate de estudo de casos e de artigos sobre a realidade nacional e internacional, tendo presente a ideia, a oportunidade e a viabilidade ou o insucesso de mercado dos negócios.”</i>

Tipo de aulas	<i>“As aulas seguirão uma metodologia expositiva em diálogo e com participação dos alunos, seguida de trabalhos de investigação e discussão, com eventual convite a empresários e técnicos do setor (eventualmente com visitas às próprias empresas sempre que se justificar e for materialmente possível). “</i>
Tipo de aulas	<i>“As aulas terão um cariz prático exigindo a pesquisa de materiais fora da sala de aula”</i>
Tipo de aulas	<i>“A metodologia de ensino utilizada na disciplina assenta em práticas pedagógicas que envolvem o método expositivo nas aulas síntese para o conjunto dos alunos, bem como os métodos interrogativo e ativo nas sessões de acompanhamento dos grupos de trabalho.”</i>
Categoria	Segmento textual (conteúdo)
Seminários e conferências	<i>“Aulas presenciais em regime de seminários e conferências.”</i>
Seminários e conferências	<i>“Serão ainda organizados seminários sobre temas conexos com a área do empreendedorismo e gestão de empresas.”</i>
Seminários e conferências	<i>“alguns dos tópicos da disciplina serão abordados no formato de seminário em que os alunos serão chamados a participar ativamente e até a responsabilizar-se pela sua organização.”</i>
Categoria	Segmento textual (conteúdo)
Visitas	<i>“As aulas seguirão uma metodologia expositiva em diálogo e com participação dos alunos, seguida de trabalhos de investigação e discussão, com eventual convite a empresários e técnicos do setor (eventualmente com visitas às próprias empresas sempre que se justificar e for materialmente possível). “</i>
Categoria	Segmento textual (conteúdo)
Tipo de trabalhos	<i>“Procurar-se-á incentivar os alunos na exploração e debate de conceitos e ideias através de trabalhos individuais e de grupo, exercícios práticos e exploração de casos de estudo.”</i>
Tipo de trabalhos	<i>“A criatividade e a iniciativa de intervenção dos alunos são fundamentais para a dinâmica das aulas, nas quais vão apresentar, por fases, os seus projetos (realizados em grupo).”</i>
Tipo de trabalhos	<i>“O método de ensino requer a proactividade dos alunos e o acompanhamento do docente quanto ao progresso dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos individualmente e em grupo.”</i>
Tipo de trabalhos	<i>“São distribuídos temas/casos aos alunos que, em grupo, o analisam e discutem. Após esta discussão os grupos são convidados a apresentar as suas conclusões e a confrontá-las com as dos colegas. Após esta discussão é feita uma sistematização da matéria abordada, pelo docente.”</i>
Tipo de trabalhos	<i>“Trabalhos individuais e de grupo;”</i>
Tipo de trabalhos	<i>“A metodologia de ensino utilizada na disciplina assenta em práticas pedagógicas que envolvem o método expositivo nas aulas síntese para o conjunto dos alunos, bem como os métodos interrogativo e ativo nas sessões de acompanhamento dos grupos de trabalho.”</i>
Tipo de trabalhos	<i>“Pretende-se a elaboração por parte de cada grupo de trabalho de um projeto empresarial que tenha por base a constituição de uma empresa com um negócio com características inovadoras ou a reformulação, nesta mesma base, de uma empresa já existente.”</i>
Categoria	Segmento textual (conteúdo)

Estudos de caso	<i>“A unidade curricular será lecionada com recurso a aulas expositivas e aulas práticas de resolução de casos de estudo.”</i>
Estudos de caso	<i>“Aulas teórico/práticas nas quais se procede a uma exposição teórica dos conteúdos programáticos, seguida de uma componente prática na qual se privilegia a resolução de casos práticos.”</i>
Estudos de caso	<i>“Recurso à análise e ao debate de estudo de casos sobre a realidade nacional e internacional, tendo presente a ideia, a oportunidade e a viabilidade ou o insucesso de mercado dos negócios.”</i>
Estudos de caso	<i>“As aulas contemplam a análise e o debate de estudo de casos e de artigos sobre a realidade nacional e internacional, tendo presente a ideia, a oportunidade e a viabilidade ou o insucesso de mercado dos negócios.”</i>
Estudos de caso	<i>“Trata-se de uma cadeira teórico-prática, cuja dinamização assenta no estudo e discussão de temas/casos.”</i>
Estudos de caso	<i>“Ensino teórico-prático (TP) - apresentação e discussão dos conteúdos programáticos e aplicação dos conceitos e conhecimentos teóricos à análise e resolução de casos.”</i>
Estudos de caso	<i>“Procurar-se-á incentivar os alunos na exploração e debate de conceitos e ideias através de trabalhos individuais e de grupo, exercícios práticos e exploração de casos de estudo.”</i>
Categoria	Segmento textual (conteúdo)
Planos de negócio	<i>“A criatividade e a iniciativa de intervenção dos alunos são fundamentais para a dinâmica das aulas, nas quais vão apresentar, por fases, os seus planos de negócio (realizados em grupo).”</i>
Planos de negócio	<i>“Os diferentes temas a abordar constituem contributos para o trabalho final que deverá culminar na elaboração de um plano de negócios e constituição de uma empresa, ainda que virtual.”</i>
Planos de negócio	<i>“A componente prática desta disciplina implica a elaboração de um plano de negócios e a constituição de uma empresa virtual o que por si só requer um trabalho intenso ao longo de todo o trimestre.”</i>

Fonte: Elaborado pelo autor

5.2.4. Análise à Bibliografia

Para a análise das bibliografias existentes nas fichas das UC's, foram adotadas as seguintes categorias/rúbricas de classificação:

- Ano de publicação
- Autor / designação da obra

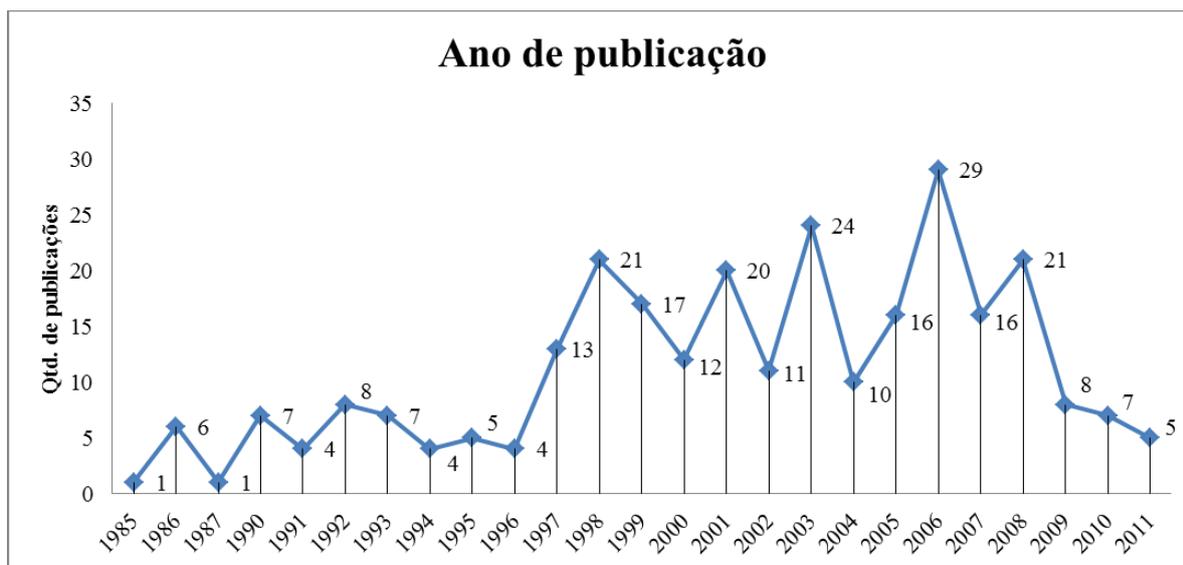
Relativamente à categoria “Ano de publicação” podem verificar-se na Tabela 23 as frequências absolutas da quantidade de publicações/ano e subtotaís por década:

Tabela 23 - Frequência das publicações por ano de publicação

Ano	<i>f</i>	%
1985	1	0,40%
1986	6	2,20%
1987	1	0,40%
SubTot:	8	2,90%
1990	7	2,50%
1991	4	1,40%
1992	8	2,90%
1993	7	2,50%
1994	4	1,40%
1995	5	1,80%
1996	4	1,40%
1997	13	4,70%
1998	21	7,60%
1999	17	6,10%
SubTot:	90	32,50%
2000	12	4,30%
2001	20	7,20%
2002	11	4,00%
2003	24	8,70%
2004	10	3,60%
2005	16	5,80%
2006	29	10,50%
2007	16	5,80%
2008	21	7,60%
2009	8	2,90%
2010	7	2,50%
2011	5	1,80%
SubTot:	179	64,60%
Total:	277	100,00%

Fonte: Elaborado pelo autor

A maioria das obras referenciadas nas bibliografias das UC's foi publicada durante a primeira década do século XXI, conforme se pode observar no Gráfico 16.



Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação à categoria “Autor / designação da obra” e, em virtude da extensão dos resultados obtidos, a lista de todas as obras identificadas nas fichas das UC’s pode ser consultada no Apêndice IV, no final deste estudo. Igualmente, no mesmo Apêndice pode também ser consultada uma tabela com os autores mais listados nas bibliografias analisadas (nesta apresentação de resultados optou-se por listar os autores que sejam referidos por 2 ou mais vezes).

Entre os autores referidos por 2 ou mais vezes a proporção de autores nacionais e autores estrangeiros é de 38% e 62%, respetivamente. Proporções similares entre autores nacionais e estrangeiros são também identificadas nas listagens de autores/obras da década de 90 e do Séc. XXI também disponíveis no Apêndice IV.

Na Tabela 24 podem ver-se os vocábulos cuja frequência absoluta apresenta valores acima de 1% do total dos 2997 vocábulos identificados no *corpus* da bibliografia.

Tabela 24 - Vocábulos com frequência acima de 1%

Vocábulos	<i>f</i>	%
lisboa	68	2,27
gestão	57	1,90
business	43	1,44
editora	36	1,20
entrepreneurship	32	1,07

Fonte: Elaborado pelo autor

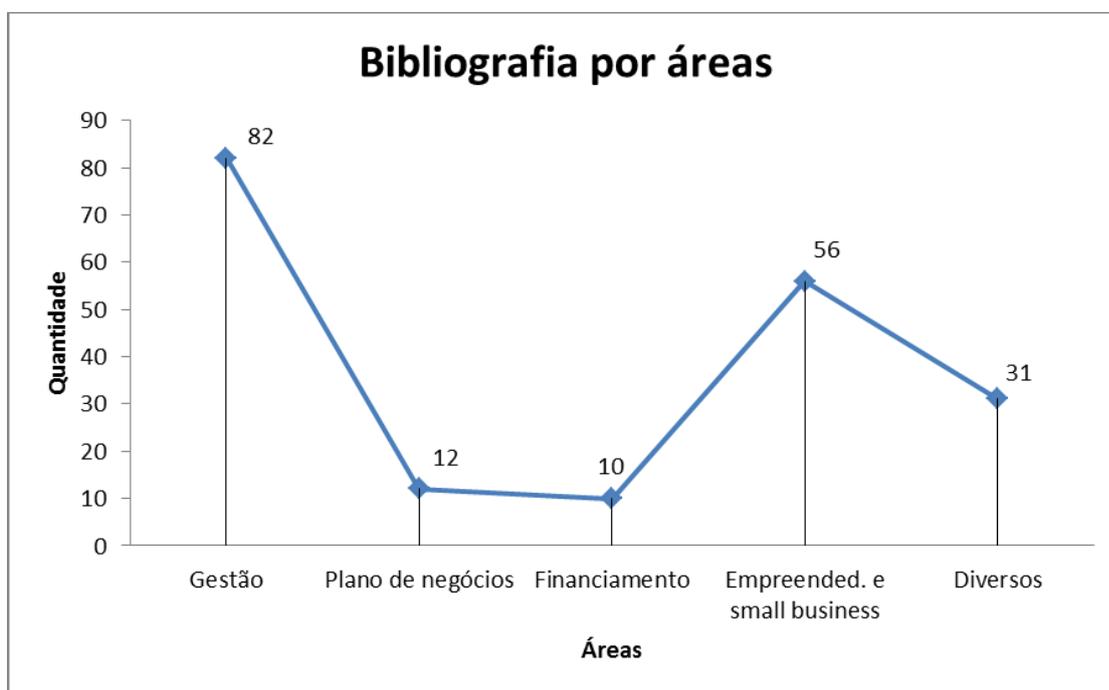
Pela análise das frequências, verifica-se o destaque dos vocábulos “gestão” (1,9 %) e “business” (1,44%) o que indicia uma predominância de obras/títulos relacionados com a área da gestão e dos negócios.

Apesar de apresentar a maior percentagem de ocorrências (2,27%), o vocábulo “Lisboa” e por se tratar de uma análise à bibliografia, indicia apenas que a maioria das editoras se situa nesta cidade – tal facto é, pensamos, irrelevante para o presente estudo.

Também relativamente ao vocábulo “entrepreneurship” (1,07%), para além do destaque da sua frequência absoluta, destaca-se o facto de ser em inglês, indiciando uma predominância de obras/títulos sobre empreendedorismo, redigidos em língua inglesa.

Quando se agrupam e analisam as obras disponíveis na bibliografia pelas seguintes áreas temáticas: “Gestão”; “Plano de negócios”; “Financiamento”; “Empreendedorismo & small business”; “Diversos” obtemos os resultados visíveis no Gráfico 17.

Gráfico 17 - Bibliografia por áreas



Fonte: Elaborado pelo autor

Nesta análise foram classificadas 191 referências bibliográficas.

A predominância dos títulos relacionados com a área da gestão (43%) é evidente, quando comparada com as restantes áreas, o que está em linha com o que já havia sido identificado durante a análise de conteúdo efetuada aos Programas das UC's (ver Secção 4.2.2.).

Estes resultados indiciam uma forte preponderância e destaque dado às áreas da gestão, nas diversas ofertas formativas que foram analisadas (fichas das UC's), em detrimento de outros campos do saber, importantes para a formação do indivíduo que se quer empreendedor.

Exemplos de algumas áreas onde praticamente não se identificam quaisquer referências bibliográficas são: criatividade (2 refs.); ideias (2 refs.); oportunidades (0 refs.); start-up (2 refs.); desenvolvimento de produtos (2 refs.); gestão de equipas (0 refs.); planeamento de negócios (2 refs.); internacionalização (0 refs.); empreendedorismo social (1 ref.).

Por outro lado, quando se verifica o reduzido número de títulos sobre “Plano de negócios” (6%) ou mesmo “Financiamento” (5%), constata-se que face à relevância atribuída a estas matérias nos Programas das UC's, a indicação de referências bibliográficas sobre estes temas parece ser reduzida.

A área de “Empreendedorismo & small business” aparece em segundo lugar (29%) – sendo de destacar nesta área a predominância de obras em língua inglesa.

5.3. Coeficiente de Hellegard

Procurando evidenciar o grau de associação de alguns dos vocábulos mais utilizados nos *corpus* constituídos para a análise de conteúdo (objetivos; programa; métodos de ensino e bibliografia), recorreremos à aplicação do coeficiente de associação de Hellegard conforme citado em Vala (1986):

$$R_{ij} = \frac{K}{\sqrt{\alpha \cdot \gamma}}$$

Sendo K o número de unidades em que aparecem associados os vocábulos a cada um dos *corpus* representados por i e j .

α o total de unidades em que aparece o vocábulo no *corpus* i e γ o total de unidades em que aparece o vocábulo no *corpus* j . Este índice varia entre 0 e 1, sendo 1 o máximo de associação.

Na Tabela 25 abaixo, pode ver-se um exemplo da aplicação do coeficiente de Hellegard, aos vocábulos “gestão” e “empreendedorismo”, considerando as frequências absolutas de cada um destes vocábulos nos *corpus* “Objetivos” e “Bibliografias”.

Tabela 25 - Exemplo de aplicação do coeficiente de Hellegard

Vocábulos	<i>f</i>	OBJETIVOS	BIBLIOGRAFIAS	Coefficiente de Hellegard
gestão	127	19	57	0,577
empreendedorismo	126	27	21	0,882

Fonte: Elaborado pelo autor

Os vocábulos sujeitos a análise foram ordenados por ordem decrescente, pela frequência absoluta (*f*) relativamente ao total dos vocábulos existentes nos quatro *corpus* constituídos e analisados – esta frequência é apenas considerada para efeitos de ordenação dos vocábulos analisados.

Na aplicação do coeficiente de Hellegard nos *corpus* constituídos, é sempre considerada para efeitos de *K*, a menor frequência absoluta do vocábulo em cada par de *corpus* analisado.

Da aplicação do coeficiente de Hellegard aos trinta vocábulos com maior frequência absoluta global existentes nos quatro *corpus*, obtêm-se os resultados constantes na Tabela 26.

Tabela 26 - Aplicação do coeficiente de Hellegard nos corpus

		Coeficiente de Associação de Hellegard					
Vocábulos	<i>f</i>	Objetivos e Bibliografia	Objetivos e Programas	Objetivos e Métodos	Bibliografia e Programas	Bibliografia e Métodos	Programas e Métodos
gestão	127	0,577	0,636	0,459	0,908	0,265	0,292
empreendedorismo	126	0,882	0,604	0,385	0,533	0,436	0,232
inovação	107	0,962	0,701	-	0,674	-	-
negócio	92	0,426	0,596	0,426	0,254	1,000	0,254
negócios	83	0,957	0,451	0,739	0,471	0,707	0,333
plano	71	0,707	0,375	0,500	0,265	0,707	0,187
lisboa	68	-	-	-	-	-	-
empresa	67	0,761	0,596	0,739	0,783	0,562	0,440

análise	66	0,480	0,537	0,620	0,258	0,775	0,333
empreendedor	63	0,837	0,830	-	0,695	-	-
desenvolvimento	58	0,213	0,816	0,302	0,174	0,707	0,246
criação	52	0,577	0,956	0,218	0,552	0,378	0,209
alunos	51	-	0,183	0,816	-	-	0,224
empresas	50	0,488	1,000	0,378	0,488	0,775	0,378
estratégia	49	0,258	0,174	-	0,674	-	-
processo	48	0,559	0,770	-	0,430	-	-
marketing	48	0,816	0,426	-	0,522	-	-
mercado	46	0,213	0,953	0,369	0,224	0,577	0,387
business	44	-	-	-	0,152	-	-
empresarial	42	0,949	0,674	0,316	0,640	0,333	0,213
organizações	37	0,905	0,728	-	0,804	-	-
editora	36	-	-	-	-	-	-
produtos	34	0,408	0,816	0,408	0,333	1,000	0,333
ideias	33	0,365	0,894	0,516	0,408	0,707	0,577
entrepreneurship	32	-	-	-	-	-	-
capacidade	31	-	0,385	-	-	-	-
oportunidades	31	-	0,907	-	-	-	-
financiamento	31	-	0,263	-	-	-	-
conceitos	29	0,707	0,548	0,953	0,775	0,674	0,522
planeamento	29	0,707	0,686	-	0,485	-	-

Fonte: Elaborado pelo autor

Na tabela encontram-se destacados os coeficientes de associação mais elevados para cada um dos vocábulos.

No caso dos vocábulos “Lisboa”, “editora” e “entrepreneurship”, não se verificou qualquer associação, entre os 30 vocábulos mais utilizados.

Os vocábulos que apresentam o valor máximo de associação (1,000) são: vocábulo “negócio” nos *corpus* “Bibliografia e Métodos”; vocábulo “empresas” nos *corpus* “Objetivos e Programas”; vocábulo “produtos” nos *corpus* “Bibliografia e Métodos”.

Os vocábulos “empreendedorismo; inovação; negócios; plano; empreendedor; marketing; empresarial; organizações; planeamento” são os que possuem maior valor associativo nos *corpus* “Objetivos e Bibliografias”.

O vocábulo “plano” apresenta o mesmo coeficiente de Hellegard (0,707) em dois conjuntos de *corpus* distintos (“Objetivos e Bibliografia” e “Bibliografia e Métodos”).

Os vocábulos “desenvolvimento; criação; empresas; processo; mercado; ideias; capacidade; oportunidades; financiamento” são os que apresentam um valor associativo mais elevado nos *corpus* “Objetivos e Programas”.

Os vocábulos “alunos; conceitos” são os que apresentam um valor de associação mais elevado nos *corpus* “Objetivos e Métodos”.

Os vocábulos “gestão; empresa; estratégia; business” possuem o coeficiente de Hellegard mais elevado nos *corpus* “Bibliografia e Programas”.

Os vocábulos “negócio; plano; análise; produtos” apresentam o valor associativo mais elevado nos *corpus* “Bibliografia e Métodos”.

Nos *corpus* “Programas e Métodos” não se verifica nenhuma ocorrência máxima do coeficiente de Hellegard, em nenhum dos vocábulos analisados.

Aplicando o coeficiente de associação de Hellegard aos vocábulos “empreendedor” e “aluno” em associação com um conjunto de 21 vocábulos selecionados⁴⁸, permite-nos obter uma nova leitura sobre a associação entre estes termos, tal como se pode ver na Tabela 27. Neste teste do coeficiente de Hellegard, foram utilizadas apenas as frequências absolutas dos vocábulos existentes nos 4 *corpus* analisados.

Tabela 27 - Coeficiente de Hellegard em vocábulos selecionados

Vocábulos	f^{49}	Termos analisados	f^{50}	HG ⁵¹ em empreend.	HG em aluno
empreendedor	80	análise	68	0,922	1,000
aluno	68	autonomia	1	0,112	0,121
		capacidade	31	0,622	0,675

⁴⁸ - Na seleção destes vocábulos, procurou identificar-se um conjunto de vocábulos que apresentassem uma frequência relevante e, cuja semântica estivesse associada com competências, aptidões ou outros aspetos relevantes tanto para o “empreendedor” como para o “aluno”

⁴⁹ - Valor das frequências globais dos vocábulos existentes nos quatro *corpus* analisados, contabilizando todas as variações entre o plural e o singular de cada vocábulo.

⁵⁰ - Idem

⁵¹ - HG – Abreviatura do coeficiente de associação de Hellegard

	comercial	1	0,112	0,121
	competências	26	0,570	0,618
	comportamento	13	0,403	0,437
	criação	52	0,806	0,874
	criatividade	14	0,418	0,454
	desenvolvimento	58	0,851	0,924
	empresarial	46	0,758	0,822
	gestão	127	0,794	0,732
	ideias	48	0,775	0,840
	inovação	115	0,834	0,769
	mercado	52	0,806	0,874
	negócio	177	0,672	0,620
	oportunidade	44	0,742	0,804
	planeamento	29	0,602	0,653
	problemas	15	0,433	0,470
	recursos	28	0,592	0,642
	responsabilidade	6	0,274	0,297
	risco	18	0,474	0,514

Fonte: Elaborado pelo autor

O vocábulo “**empreendedor**” apresenta os valores mais elevados de associação com os termos “análise”, “desenvolvimento”, “inovação”, “criação / mercado”. Os valores mais reduzidos de associação surgem com os termos “comercial”, “autonomia”, “responsabilidade” e “comportamento”.

Tais associações parecem indicar que o empreendedor, nos termos em que se encontram elaboradas as fichas das UC’s analisadas, é mais fortemente associado com aspetos relacionados com a análise, a inovação, a criação de empresas e o mercado, do que com a competência da autonomia ou competência comercial, ou ainda, com características relacionadas com o comportamento ou a responsabilidade.

Os valores de associação do empreendedor com a criatividade, a autonomia, a responsabilidade, o risco e os problemas (numa perspetiva de capacidade de resolução), aparecem com valores pouco relevantes, apesar de se perceber tratar-se de aptidões & competências fundamentais para um empreendedor.

O vocábulo “**aluno**” apresenta os valores mais elevados de associação com os termos “análise”, “desenvolvimento”, “criação / mercado”, “ideias” e “empresarial”. Os valores mais reduzidos de associação surgem com os termos “autonomia / comercial”.

Estas associações parecem indicar que o aluno está mais associado com aspetos relacionados com a criação de empresas, do que com o desenvolvimento das competências de autonomia ou de capacidade comercial. Poderemos encontrar indícios, pela análise destas associações, que o aluno será estimulado a desenvolver negócios, apesar de não possuir grande capacidade de autonomia ou domínio sobre os aspetos comerciais inerentes à atividade.

As associações com a criatividade, a responsabilidade e o risco, também apresentam valores baixos, podendo indicar uma menor preparação dos estudantes para lidar com estas matérias, consideradas fundamentais na formação de um perfil empreendedor.

Da aplicação do coeficiente de associação de Hellegard ao *corpus* dos **Objetivos**, para o mesmo conjunto de vocábulos, obtêm-se os resultados constantes na Tabela 28.

Tabela 28 - Coeficiente de Hellegard no *corpus* Objetivos

Vocábulos	<i>f</i>	Termos analisados	<i>f</i>	HG em emprend.	HG em aluno	HGg ⁵² em emprend.	HGg em aluno
empreendedor	25	análise	13	0,721	0,563	0,403	0,437
aluno	41	autonomia	1	0,200	0,156	0,112	0,121
		capacidade	27	0,962	0,812	0,581	0,630
empreendedor	80	comercial	0	-	-	-	-
aluno	68	competências	15	0,775	0,605	0,433	0,470
		comportamento	5	0,447	0,349	0,250	0,271
		criação	21	0,917	0,716	0,512	0,556
		criatividade	4	0,400	0,312	0,224	0,243
		desenvolvimento	22	0,938	0,733	0,524	0,569
		empresarial	10	0,632	0,494	0,354	0,383
		gestão	19	0,872	0,681	0,487	0,529
		ideias	15	0,775	0,605	0,433	0,470

⁵² - HGg – abreviatura do coeficiente de associação de Hellegard, quando aplicado às frequências gerais dos vocábulos “empreendedor” (*f* = 80) e “aluno” (*f* = 68), sobre as frequências do *corpus* em análise

	inovação	27	0,962	0,812	0,581	0,630
	mercado	22	0,938	0,733	0,524	0,569
	negócio	22	0,938	0,733	0,524	0,569
	oportunidade	17	0,825	0,644	0,461	0,500
	planeamento	8	0,566	0,442	0,316	0,343
	problemas	11	0,663	0,518	0,371	0,402
	recursos	6	0,490	0,383	0,274	0,297
	responsabilidade	1	0,200	0,156	0,112	0,121
	risco	8	0,566	0,442	0,316	0,343

Fonte: Elaborado pelo autor

Relativamente ao *corpus* dos Objetivos, o vocábulo “**empreendedor**” apresenta valores mais elevados de associação com os termos “capacidade”, “inovação”, “desenvolvimento / mercado / negócio” e “criação”. Os valores de associação mais reduzidos verificam-se com os termos “comercial”, “responsabilidade / autonomia” e “criatividade”.

Pelas associações verificadas, parecem existir indícios do tratamento do empreendedor, no âmbito dos objetivos, como sendo um indivíduo com capacidade de inovação, de criação e desenvolvimento de negócios. Por outro lado, a associação do empreendedor com a criatividade, com aspetos relacionados com a autonomia ou a responsabilidade, indiciam uma fraca associação, podendo indiciar tratar-se de características menos consideradas nos objetivos das fichas de UC.

O vocábulo “**aluno**” revela valores de associação mais elevados com os termos “capacidade / inovação”. Os valores de associação mais reduzidos verificam-se com os termos “comercial”, “autonomia / responsabilidade” e “criatividade”.

As associações verificadas para o vocábulo aluno, parecem indiciar uma forte preocupação com o desenvolvimento de capacidades e o entendimento da inovação, relegando para um plano menos importante as competências de autonomia e de criatividade bem como, a abordagem de aspetos/características comerciais inerentes ao desenvolvimento de um negócio.

Também os baixos valores de associação com os vocábulos “comportamento”, “recursos” e “risco”, poderão indiciar uma menor atenção a estes fatores na definição dos objetivos

constantes nas fichas de UC analisadas, revelando assim algumas possíveis carências na preparação dos alunos e da sua entrada na vida ativa.

Uma análise de associação de valores máximos do coeficiente de Hellegard, entre os vocábulos “empreendedor” e “aluno” ao nível do corpus **Objetivos** e os coeficientes obtidos através das frequências gerais, apresenta as seguintes correspondências (vocábulo / termos(s) & máximo(s) valor(es) no *corpus* / termo(s) & máximo(s) valor(es) gerais):

- Empreendedor / capacidade (0,962) e inovação (0,962) / capacidade (0,581) e inovação (0,581);
- Aluno / capacidade (0,812) e inovação (0,812) / capacidade (0,630) e inovação (0,630)

A aplicação do coeficiente de associação de Hellegard ao *corpus* do **Programa**, para o mesmo conjunto de vocábulos, obtêm-se os resultados constantes na Tabela 29.

Tabela 29 - Coeficiente de Hellegard no *corpus* Programa

Vocábulos	<i>f</i>	Termos analisados	<i>f</i>	HG em empreend.	HG em aluno	HG ⁵³ em empreend.	HGg em aluno
empreendedor	29	análise	45	0,803	0,149	0,750	0,813
aluno	1	autonomia	0	-	-	-	-
		capacidade	4	0,371	0,500	0,224	0,243
empreendedor	80	comercial	1	0,186	1,000	0,112	0,121
aluno	68	competências	9	0,557	0,333	0,335	0,364
		comportamento	4	0,371	0,500	0,224	0,243
		criação	23	0,891	0,209	0,536	0,582
		criatividade	6	0,455	0,408	0,274	0,297
		desenvolvimento	33	0,937	0,174	0,642	0,697
		empresarial	22	0,871	0,213	0,524	0,569
		gestão	47	0,786	0,146	0,766	0,831
		ideias	12	0,643	0,289	0,387	0,420
		inovação	55	0,726	0,135	0,829	0,899
		mercado	20	0,830	0,224	0,500	0,542

⁵³ - Idem

	negócio	62	0,684	0,127	0,880	0,955
	oportunidade	14	0,695	0,267	0,418	0,454
	planeamento	17	0,766	0,243	0,461	0,500
	problemas	4	0,371	0,500	0,224	0,243
	recursos	17	0,766	0,243	0,461	0,500
	responsabilidade	5	0,415	0,447	0,250	0,271
	risco	9	0,557	0,333	0,335	0,364

Fonte: Elaborado pelo autor

Quando se verifica as associações existentes no *corpus* Programa, verifica-se que o vocábulo “**empreendedor**” apresenta os valores mais elevados de associação com os termos “desenvolvimento”, “criação”, “empresarial”, “mercado” e “análise”. Os valores de associação mais reduzidos são verificados com os termos “autonomia”, “comercial” e “capacidade / comportamento / problemas”.

Tais associações parecem indicar que é dado um maior destaque nos Programas, a uma associação do empreendedor com aspetos relacionados com o mercado e o desenvolvimento e criação de negócios. Por outro lado, existem também indícios de que o empreendedor não seja apresentado como um indivíduo com autonomia, com um comportamento diferenciado e na posse de um conjunto de capacidades para a resolução de problemas.

Relativamente ao vocábulo “**aluno**”, este apresenta os valores de associação mais elevados com os termos “comercial”, “capacidade / comportamento / problemas” e os valores de associação mais reduzidos com os termos “autonomia”, “negócio”, “inovação” e “gestão”.

Estas associações parecem indicar que a principal preocupação dos Programas curriculares, está em desenvolver as capacidades dos alunos, quer ao nível do comportamento quer ao nível da resolução de problemas. Existem também indícios de que, aspetos relacionados com características de âmbito comercial e comportamental sejam também considerados. São ainda de destacar os indícios de uma reduzida associação dos alunos com a autonomia e até mesmo com a gestão, dado que a maioria dos programas analisados se apresenta inteiramente focado na gestão, no seu todo. A fraca associação com a inovação, também indicia a possibilidade de existirem algumas carências nesta área do conhecimento.

Quando se efetua uma análise de associação de valores máximos do coeficiente de Hellegard, entre os vocábulos “empreendedor” e “aluno” ao nível do **corpus Programa** e os coeficientes

obtidos através das frequências gerais, identificam-se as seguintes correspondências (vocábulo / termos(s) & máximo(s) valor(es) no *corpus* / termo(s) & máximo(s) valor(es) gerais):

- Empreendedor / desenvolvimento (0,937) / negócio (0,880);
- Aluno / comercial (1,000) / negócio (0,955)

Da aplicação do coeficiente de Hellegard e respetiva análise dos resultados obtidos, conseguem evidenciar-se algumas incoerências ou reforços entre os vocábulos e os *corpus* Programa e Objetivos, conforme se pode observar na Tabela 30.

Tabela 30 - Síntese da análise de associações entre vocábulos/*corpus*

	<i>corpus</i> Programa		<i>corpus</i> Objetivos	
	+	-	+	-
Empreendedor	desenvolvimento criação empresarial mercado análise	autonomia comercial capacidade comportamento problemas	capacidade inovação desenvolvimento mercado negócio criação	comercial responsabilidade autonomia criatividade
Aluno	comercial capacidade comportamento problemas	autonomia negócio inovação gestão	capacidade inovação	comercial autonomia responsabilidade criatividade

Fonte: Elaborado pelo autor

Quando se analisam as associações para o vocábulo “**Empreendedor**”, verifica-se que ao nível do desenvolvimento, da criação e do mercado, apresentam coeficientes de associação elevados em ambos *corpus*. Já ao nível da capacidade, se por um lado se verifica uma fraca associação ao nível do *corpus* Programa, por outro, existe uma forte associação desta característica no *corpus* Objetivos.

Analisando ainda as associações do vocábulo “**Empreendedor**”, verificamos que ao nível comercial e de autonomia existem fracas associações em ambos *corpus*.

Quando se analisam as associações para o vocábulo “**Aluno**”, constata-se que ao nível da capacidade, existe uma forte associação em ambos *corpus*. Já ao nível comercial, se por um lado existe uma forte associação ao nível do *corpus* Programa, por outro, verifica-se uma fraca associação ao nível do *corpus* Objetivos. Também ao nível da inovação, esta aparece mais reforçada na associação com o *corpus* Objetivos do que com o *corpus* Programa.

Por último, constata-se que também ao nível das associações do vocábulo “**Aluno**”, a autonomia surge fracamente associada em ambos *corpus*.

Perante estas evidências, poderemos considerar a existência de algumas incoerências entre aquilo que se indica como conteúdos de ensino-aprendizagem, ao nível dos programas das unidades curriculares e, efetivamente, aquilo que se pretende atingir (objetivos), ou seja, os resultados finais do próprio processo de ensino-aprendizagem. Poderemos até questionar se aquilo que é referenciado no Programa permite atingir alguns dos Objetivos propostos.

Importa ainda realçar na análise efetuada, os fracos coeficientes de associação observados para com a criatividade, a autonomia, a responsabilidade e comercial, tudo características fundamentais tanto para o empreendedor como para o aluno.

Quando se confrontam estes resultados com o que é exposto, por exemplo, na Secção 2.2. do presente estudo (Objetivos da educação do empreendedorismo), consegue perceber-se a fragilidade e a incoerência dos programas e objetivos do ensino-aprendizagem analisados.

5.4. Análise exploratória aos estatutos dos Institutos Politécnicos

Devido à entrada em vigor no ano de 2007 do RJIES – Regime Jurídico das Instituições do Ensino Superior (Lei nº 62/2007 de 10 de setembro), tornou-se necessário que os IP’s procedessem à revisão dos seus Estatutos, de modo a conformá-los com o novo regime jurídico instituído.

Por se considerar os Estatutos como um documento estruturante em cada uma das Instituições identificou-se também, de forma complementar, o destaque atribuído por cada um dos 15 IP’s ao Empreendedorismo, através de uma pesquisa lexical pela ocorrência de termos derivados da palavra “empreendedor”, no texto de cada um dos respetivos Estatutos.

Apenas na redação dos Estatutos de quatro IP's (26,7%), é que se regista alguma referência ao termo “empreendedor” ou seus derivados, os quais podem ser identificados através da observação da Tabela 31.

Tabela 31 - Ocorrências do termo "empreendedor" nos Estatutos

INSTITUIÇÕES	Despacho Normativo (nº/ano de publicação)	Número de ocorrências do termo "empreendedor" ou derivados
Instituto Politécnico da Guarda	48/2008	-
Instituto Politécnico de Beja	47/2008	-
Instituto Politécnico de Bragança	62/2008	1
Instituto Politécnico de Castelo Branco	58/2008	-
Instituto Politécnico de Coimbra	59-A/2008	-
Instituto Politécnico de Leiria	35/2008	-
Instituto Politécnico de Lisboa	20/2009	-
Instituto Politécnico de Portalegre	39/2008	-
Instituto Politécnico de Santarém	56/2008	-
Instituto Politécnico de Setúbal	59/2008	3
Instituto Politécnico de Tomar	17/2009	-
Instituto Politécnico de Viana do Castelo	7/2009	2
Instituto Politécnico de Viseu	12-A/2009	-
Instituto Politécnico do Cávado e do Ave	21/2010	1
Instituto Politécnico do Porto	5/2009	-

Fonte: Elaborado pelo autor

As sete ocorrências identificadas possuem o seguinte enquadramento e redação:

- 1 ocorrência verificada nos Estatutos do IP de Bragança:
 - Secção II – Unidade de Transferência de Conhecimento e Tecnologia (UTCT)
 - Artigo 57º - Missão e Atribuições
 - N° 3 – “São atribuições da UTCT, sem prejuízo de outras que venham a ser aprovadas pelo Conselho Geral:”; alínea g) “O apoio à incubação e criação de novas empresas e fomento do **empreendedorismo**”
- 3 ocorrências verificadas nos Estatutos do IP de Setúbal:

-
- Capítulo I – Natureza e Missão
 - Artigo 3º - Atribuições
 - Nº 1 – “São atribuições do IPS:”; alínea d) “A transferência e valorização do conhecimento científico e tecnológico e a promoção do **empreendedorismo**;”
 - Capítulo II – Princípios e Organização
 - Artigo 8º - Cooperação institucional e entidades participadas
 - Nº 2 – “No âmbito do disposto no número anterior, o IPS pode criar ou deter participações, designadamente em:”; alínea c) “Entidades de transferência de conhecimento e tecnologia, de promoção do **empreendedorismo** e de desenvolvimento regional.”
 - Título III – Estrutura interna do IPS
 - Artigo 37º - Organização institucional
 - Nº 4 “Para concretizar a sua missão o IPS deverá dispor de estruturas, sem prejuízo de outras que se entendam por necessárias, nos seguintes domínios: avaliação e qualidade; apoio à investigação e desenvolvimento; transferência e valorização do conhecimento; apoio ao **empreendedorismo**; desenvolvimento, reconhecimento e validação de competências; ligação a outros níveis de formação; apoio à inserção na vida ativa e acompanhamento do percurso profissional dos diplomados; internacionalização; informação, comunicação e relacionamento com exterior.”
- 2 ocorrências verificadas nos Estatutos do IP de Viana do Castelo:
 - Título I – Disposições gerais
 - Artigo 1º - Conceito e missão
 - Nº 2 “O IPVC pretende formar cidadãos livres, criativos, críticos e solidários, com elevados níveis de competência, motivados e preparados para

construírem a sua realização pessoal e profissional de modo ético e empreendedor.”

- Secção IV – Da coordenação de curso
- Artigo 58º - Coordenador(a) de curso
- Nº 2 – “*Compete ao coordenador(a) de curso:*”; alínea m) “*Contribuir para desenvolver na escola, no curso e nos alunos uma cultura e atitudes empreendedoras, de gosto pela inovação, pela competitividade, pela formação e pelo incentivo e ajuda à definição de projetos de trabalho próprio;*”
- 1 ocorrência verificada nos Estatutos do IP do Cávado e do Ave:
 - Capítulo I – Princípios e disposições gerais
 - Artigo 2º - Missão, princípios e valores
 - Nº 3 – “*O IPCA assume como fundamentais os seguintes valores:*”; alínea e) “*A competitividade e o empreendedorismo.*”

Sobre o IP de Bragança - O termo “empreendedorismo” é mencionado uma única vez como uma das atribuições de uma unidade técnica deste instituto e numa perspetiva de algo a ser fomentado e estimulado. Não nos parece assim evidente qualquer envolvimento mais direto da gestão de topo desta instituição, com aspetos relacionados com o “empreendedorismo”.

Sobre o IP de Setúbal – o termo “empreendedorismo” é referido por três vezes – na “Natureza e Missão”; nos “Princípios e Organização” e na “Estrutura Interna”- o que parece revelar a importância dada ao empreendedorismo no seio desta instituição. Para além de ser a única instituição a inscrever o “empreendedorismo” nas suas Atribuições, também lhe confere destaque e importância ao nível da organização e cooperação institucionais, sendo estes aspetos reveladores tanto da importância dada ao empreendedorismo como do destaque que lhe é conferido pela gestão de topo.

Sobre o IP de Viana do Castelo – verifica-se uma ocorrência do termo “empreendedor” nas “Disposições Gerais”, associada ao modo como a instituição pretende ministrar a formação aos cidadãos de uma forma geral. Verifica-se também uma referência do termo

“empreendedoras”, relacionado com as atitudes genéricas a que os(as) coordenadores(as) de curso, nesta instituição, deverão dar o seu contributo para que estas (atitudes empreendedoras) sejam desenvolvidas na escola, no curso e nos alunos. As ocorrências de ambos os termos no articulado dos Estatutos desta instituição, não indiciam grande envolvimento por parte da respetiva gestão de topo.

Sobre o IP do Cávado e do Ave – o termo “empreendedorismo” surge, nesta instituição, inscrito nos Valores como um aspeto fundamental. Não há qualquer outra referência ao termo, em todo o articulado dos estatutos. Esta simples referência, por ser tão genérica, não parece indicar grande relevância conferida ao empreendedorismo, por parte da gestão de topo desta instituição.

Em todos os restantes IP's a nível nacional não se verificou, no articulado dos respetivos estatutos, a ocorrência de qualquer referência ao termo “empreendedor” ou seus derivados.

Capítulo 6 - Conclusões e Sugestões

É chegado o momento de destacar, em jeito conclusivo, alguns dos resultados mais interessantes, que foram observados durante a elaboração do presente estudo.

Assume-se que o ensino do empreendedorismo é, cada vez mais, uma área com destaque e relevo na sociedade, visível pela crescente adoção do empreendedorismo como uma área de ensino-aprendizagem ao nível das IES.

Conforme já anteriormente referido e de acordo com Pajarinen *et al*, 2006, citado em Taatila, 2010, são várias as evidências de que os empreendedores com formação superior são os que mais contribuem para o desenvolvimento das economias regionais, ao serem mais inovadores e ao apostarem em modelos de negócio mais modernos e com maior cariz tecnológico.

Contudo, existe ainda muito trabalho para desenvolver na adoção e adequação dos melhores métodos de ensino do empreendedorismo e, dos conteúdos mais adequados ao contexto e desígnio estratégico de cada IP a nível nacional, pois será, de acordo com Liu e Shi (2007) citados em Westwood (2008), essa uma das principais vias para se atingirem os níveis e os resultados de aprendizagem esperados.

Tomando agora como referência os objetivos inicialmente definidos para o presente estudo, os quais se enquadram no modelo ontológico e educacional de Fayolle e Gailly (2008), podemos enumerar alguns dos aspetos que nos parecem mais relevantes, para sustentar a análise realizada aos IP's nacionais no âmbito do ensino do empreendedorismo.

Ao nível da oferta formativa que integre UC's de empreendedorismo é de realçar a predominância de cursos nas áreas científicas de gestão e tecnologia, face a uma quase inexistência de ofertas formativas em cursos das áreas de saúde ou educação.

De acordo com McMullan e Long (1987) citados em Hindle (2004), a educação do empreendedorismo necessita de se alargar a outras áreas, não ficando apenas entrincheirado nas escolas de gestão ou de tecnologia.

O ensino do empreendedorismo, visto pela incidência das respectivas UC's nos planos curriculares dos cursos acontece, essencialmente, durante o 3º ano letivo (6º semestre), ou seja, no último ano de frequência académica (na maioria dos cursos de 1º ciclo).

Todos os IP's apresentam alguma oferta formativa em empreendedorismo, essencialmente através de UC's que integram os cursos de 1º ciclo. Ao nível do 2º ciclo, a oferta formativa sobre estas matérias, pode considerar-se pouco significativa a nível nacional (representa cerca de 20% do total de cursos com UC de empreendedorismo).

Ao nível dos docentes de empreendedorismo que expressaram a sua opinião através da resposta ao questionário, verifica-se que a maioria possui a sua formação na área da gestão e economia e, indicam possuir alguma experiência profissional prévia, com maior incidência nos serviços de consultoria. A ainda reduzida oferta de programas de formação avançada de docentes em empreendedorismo é, certamente, um dos fatores que influenciam esta situação.

Aparentemente existe entre os docentes de empreendedorismo, um sentir comum quando consideram que a principal barreira no ensino do empreendedorismo, reside no facto de depender do esforço/dedicação de um único indivíduo, ou de um grupo reduzido de indivíduos. Este fator é revelador do ainda reduzido nível de especialização na área do ensino do empreendedorismo e, também, da pouca relevância atribuída ao empreendedorismo na maioria dos IP's a nível nacional.

Para um bom professor de empreendedorismo não basta apenas possuir uma boa formação base e um bom grau de experiência de ensino. As suas atitudes, o seu dinamismo e entusiasmo junto dos colegas e alunos, o seu espírito de abertura a novas ideias, a sua forma de pensar “lateralmente”, são algumas das características esperadas nestes docentes (CE, 2011; Doyle 2008).

Um professor é um apresentador, um facilitador, um tutor, um treinador e um colaborador, sendo por isso necessário que assuma o seu verdadeiro papel no processo de ensino-aprendizagem, segundo Bécharde e Grégoire (2005) citados em Fayolle e Gailly (2008).

Quando se analisam, em termos genéricos, os resultados obtidos pela análise às fichas das UC's, para além de uma considerável riqueza lexical nas designações utilizadas, a maioria

integra obrigatoriamente os planos curriculares dos cursos, apresentando um valor médio de 4,46 ECTS.

Ao nível dos programas e das matérias propostas para o ensino do empreendedorismo, verifica-se uma grande incidência em aspetos genéricos relacionados com o empreendedorismo e com plano de negócios, em detrimento de fatores mais relacionados com o indivíduo (aluno), como o desenvolvimento das suas capacidades ao nível da avaliação e deteção de oportunidades ou até, por exemplo, ao nível do desenvolvimento da criatividade e conhecimentos sobre gestão.

Conforme também já referido e segundo Carrier *et al.*, 2004; Plaschka e Welsch, 1989; Reid e Smith, 2000; Zinger e LeBrasseur, 2003, todos citados em Carrier, 2007, a insistência na utilização de planos de negócios no ensino do empreendedorismo, não faz muito sentido pois aparentemente não se verificam relações de causa-efeito entre o sucesso do empreendedor e a excelência do plano de negócios que este possa ter elaborado. Atribuir tanto relevo a este método de ensino em detrimento de outros, parece-nos, por isso, inadequado.

Ao nível dos objetivos, aparentam destacar-se os aspetos relacionados com a aplicação de informações, métodos e conteúdos anteriormente adquiridos (conhecimentos e competências), em novas situações e contextos.

Quando analisamos o modelo proposto por Fayolle e Gailly (2008) na sua dimensão central (objetivos/metasp) a nível educacional, constatamos que os objetivos da educação do empreendedorismo devem passar por uma maior sensibilização para o empreendedorismo (ex. ensinar os estudantes sobre os papéis desempenhados pelos empreendedores na sociedade e na economia) e, também, pelo desenvolvimento de um gosto particular pelo empreendedorismo no seu sentido mais amplo, estimulando nos estudantes o espírito de iniciativa e criação de valor.

Também Mwsalwiba (2010) reconhece que os objetivos do ensino do empreendedorismo consistem na criação das atitudes, do espírito e da cultura empreendedora entre os estudantes.

Pela análise dos resultados obtidos neste estudo, não nos parece ser este o verdadeiro “objetivo dos objetivos” encontrados nas fichas das UC’s.

O método de ensino mais adotado recai nas tradicionais aulas em sala de aula, através do recurso ao método expositivo, onde o docente lidera o processo de ensino-aprendizagem e onde, aparentemente, os estudantes assumem um papel pouco participativo em todo o processo de aprendizagem.

Conforme já referido, é importante que sejam adotadas pedagogias de ensino mais ativas e mais centradas no estudante, onde este assuma um papel mais dinâmico na sua própria aprendizagem (CE, 2011) e onde, possam também ser adotadas atividades curriculares e extracurriculares mais vocacionadas para o desenvolvimento de comportamentos, competências, conhecimentos e mentalidades (CE, 2008b).

Estimular a curiosidade e a criatividade dos alunos, ensinando-os a interligar conhecimentos de uma forma útil, encorajando a aprendizagem de novas formas de pensar e de raciocinar, retirando significado e utilidade da informação e da experiência, são alguns dos aspetos que devem merecer especial destaque neste tipo de pedagogias mais centradas no estudante (Duffy e Kirkley, 2004; Westwood, 2008).

A incidência, quase residual, de referências a metodologias de ensino mais centradas no estudante indicia ainda um longo caminho a percorrer até estar plenamente implementada e adotada, uma das principais mudanças introduzidas pelo processo de Bolonha.

Quando se analisa a bibliografia sugerida, constata-se o domínio absoluto de obras relacionadas com temas de gestão ou de empreendedorismo (genérico), em detrimento de outros temas também importantes na formação do empreendedor/aluno (ex. criatividade, ideias, oportunidades, *start-ups*, desenvolvimento de produtos, internacionalização, etc).

A reduzida quantidade de referências bibliográficas nas áreas de “plano de negócios” ou de “financiamento”, parece indiciar alguma incoerência face ao destaque que estas mesmas áreas merecem ao nível dos programas.

De entre os vários resultados obtidos através da aplicação do coeficiente de associação de Hellegard, procurando obter-se uma análise mais clarificadora sobre os *corpus* Objetivos e Programa, importa destacar alguns resultados obtidos relativamente às figuras do “empreendedor” e do “aluno”.

As competências relacionadas com a autonomia e a criatividade surgem com um baixo nível de associação ao empreendedor e ao aluno o que, tratando-se de duas características fundamentais em ambos os perfis (empreendedor e aluno), indicia uma carência clara ao nível da configuração atual de algumas UC's de empreendedorismo.

Já vimos que de acordo com Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) citados em Kuratko (2003), a educação do empreendedorismo deverá incluir matérias/cursos nas áreas de negociação, liderança, desenvolvimento de novos produtos, pensamento criativo e inovação tecnológica – tudo aspetos fundamentais na formação de um indivíduo que se quer empreendedor.

Algumas das incoerências identificadas entre os programas e os objetivos são, por exemplo, a existência de uma fraca associação do empreendedor com as suas capacidades ao nível dos programas mas, quando se analisam os objetivos esperados, a importância das capacidades do empreendedor estão-lhe fortemente associadas.

Também ao nível das associações do aluno se verifica que é dado algum destaque nos programas a aspetos relacionados com a capacidade comercial a qual, em termos dos objetivos, aparece como uma das capacidades mais fracamente associadas.

Estes e outros aspetos parecem indiciar que o *continuum* entre a definição dos programas das UC's e os respetivos objetivos de aprendizagem a atingir, revela algumas incoerências – se por um lado se estabelece um conjunto de matérias a lecionar, por outro, os objetivos que se pretende atingir nem sempre são coincidentes/coerentes com as matérias lecionadas.

Dando agora nota das limitações do presente estudo, podemos começar por referir o facto de existirem diferentes práticas ao nível da divulgação de informação por parte dos IP's, pois nem todas as instituições disponibilizam informação sobre as fichas de UC com a indicação dos objetivos pedagógicos, programa, métodos de ensino, carga horária, bibliografia, etc. Tal facto levou a que fosse analisado um número reduzido de fichas de UC, o que acabou por inviabilizar quaisquer inferências estatísticas.

Relativamente à análise exploratória de conteúdo efetuada às fichas das UC's, ter-se-iam obtido diferentes resultados caso tivesse sido analisado um maior número destas fichas ? Essa é uma questão para a qual não possuímos resposta, mesmo apesar de existirem alguns indícios

de que os resultados pudessem ser semelhantes, quando se observam outros estudos realizados no passado.

No que respeita à obtenção de respostas ao questionário por parte dos docentes de empreendedorismo, tal revelou-se um verdadeiro desafio mesmo apesar de todos os contactos realizados – se, por um lado, se obteve a total colaboração e abertura por parte de docentes de algumas instituições, outros houve que, mesmo apesar dos diversos pedidos de colaboração no estudo, sempre o ignoraram. O número reduzido de respostas que foram obtidas (18 respostas) e a adoção de uma amostragem não probabilística (amostragem por conveniência), não permite a generalização dos resultados obtidos.

Este método de amostragem não probabilística, apesar de relativamente rápido e económico, dificilmente permite a generalização ou inferência dos resultados obtidos, aplicando-se por isso apenas à amostra analisada (Coutinho, 2011).

Em relação aos objetivos propostos inicialmente para o presente estudo, pensamos ter conseguido aflorar temáticas que, de uma ou outra forma respondem a esses objetivos, deixando no ar algumas pistas, que apontamos em seguida, para outros estudos a desenvolver.

A realização de um estudo em moldes similares, mas a nível nacional e onde pudessem ser analisados dados oriundos de todas as instituições de ensino superior, público e privado, politécnico e universitário, considerando também outros tipos/ciclos de ofertas formativas (ex: cursos de 3º ciclo; pós-graduações; MBA's; CET's), seria um trabalho interessante a desenvolver.

Um outro estudo a ser desenvolvido, passa pela identificação das melhores práticas no ensino do empreendedorismo a nível internacional, promovendo a sua adaptação/aplicação à nossa realidade. A identificação dos melhores programas de formação e ensino do empreendedorismo existentes nas mais conceituadas IES a nível internacional, poderia ser um bom ponto de partida para a melhoria das nossas ofertas formativas nesta área.

Referências Bibliográficas

1. ACL/FCG, (2001), Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea, Lisboa, I Volume, Academia das Ciências de Lisboa / Fundação Calouste Gulbenkian, Verbo
2. ALBORNOZ, Carlos, ROCCO, Tonette S., (2009), "Revisiting Entrepreneurship Education Literature: Implications for Learning and Teaching Entrepreneurship", Miami, Florida International University, COERC 2009 - Proceedings of The Eight Annual College of Education and Graduate Student Network Research Conference Peer-Reviewed Papers
3. ARASTI, Zahra, FALAVARJANI, Mansoreh Kiani, IMANIPOUR, Narges, (2012), "A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students", Higher Education Studies, Vol. 2, nr. 1, pp. 2-10
4. AZEVEDO, Sebastião Feyo de, (2008), "O Processo de Bolonha em Portugal - Já mudámos?, Estamos a mudar? Ou está tudo na mesma?", Lisboa, Texto de apoio à Audição no Conselho Nacional de Educação - 3ª Comissão Especializada
5. BARDIN, Laurence, (2009), Análise de Conteúdo, Lisboa, Edições 70
6. BÉCHARD, Jean-Pierre, GRÉGOIRE, Denis, (2002), "Entrepreneurship Education Revisited: The Case of Higher Education", Colorado, Working Paper apresentado na Babson Kauffman Entrepreneurship Research Conference
7. BENNETT, Roger, (2006), "Business lecturer's perceptions of the nature of entrepreneurship", International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, volume 12, nr. 3, pp. 165-188
8. BESSANT, John, TIDD, Joe, (2011), Innovation and Entrepreneurship, West Sussex UK, 2ª edição, John Wiley & Sons, Inc.
9. BLOOM, Benjamin S., ENGELHART, Max D., FURST, Edward J., HILL, Walker H., KRATHWOHL, David R., (1956), Taxonomy of Educational Objectives - The Classification of Education Goals - Handbook I - Cognitive Domain, Michigan, Longmans

-
10. BOEHM, Jan, (2008), *Entrepreneurial Orientation in Academia*, Wiesbaden, Gabler Edition Wissenschaft
 11. BRATIANU, Constantin, STANCIU, Stefan, (2010), "An overview of present research related to entrepreneurial university", *Management and Marketing*, volume 5, nr. 2, pp.117-134
 12. BRITO, Edvan Pereira de, (2010), "Estudo Comparativo das Palavras-chave do Campo das Ações Afirmativas no Português Brasileiro e no Inglês Americano", EUA, Howard University
 13. BROOKS, Rodney, GREEN, William Scott, HUBBARD, R. Glenn, JAIN, Dipak, KATEHI, Linda, PLUMMER, Jim, ROOMKIN, Myron, (2007), "Entrepreneurship in American Higher Education", Kauffman Panel on Entrepreneurship Curriculum in Higher Education, Kauffman Foundation
 14. BUCHA, Agostinho Inácio, (2011), *Empreendedorismo - Proecssso de Aprendizagem de Empreendedores*, Chamusca, Edições Cosmos
 15. BURGER-HELMCHEN, Thierry, (2012), *Entrepreneurship - Born, Made and Educated*, Croácia, InTech
 16. BYGRAVE, William, ZACHARAKIS, Andrew, (2011), *Entrepreneurship*, New York, 2ª edição, John Wiley & Sons, Inc.
 17. CARRIER, Camille, (2007), "Strategies for teaching entrepreneurship: what else beyond lectures, case studies and business plans?", in FAYOLLE, Alain, (Edt.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education - volume 1*, Cheltenham UK, Edward Elgar Publishing Limited
 18. CARVALHO, Luisa, COSTA, Teresa, DOMINGUINHOS, Pedro, (2010), "Creating an entrepreneurship ecosystem in higher education", *New Achievements in Technology Education and Development*, Croácia, In-Tech
 19. CCISP, (2006), "Breve caracterização do ensino superior em Portugal - Visão dos Institutos Politécnicos", Conselho Coordenador dos Institutos Superiores Politécnicos

-
20. CCISP, (2010a), "Documentos do CCISP - Sobre o Ensino Superior Português", Conselho Coordenador dos Institutos Superiores Portugueses
 21. CCISP, (2010b), "Síntese dos Programas de Desenvolvimento das Instituições de Ensino Superior Politécnico", Conselho Coordenador dos Institutos Superiores Portugueses
 22. CE, (2002a), "The development and implementation of European entrepreneurship training curriculums", Luxembourg, Comissão Europeia
 23. CE, (2002b), "Final Report of the Expert Group - 'Best Procedure' Project on Education and Training for Entrepreneurship", Bruxelas, Comissão Europeia
 24. CE, (2002c), "The development and implementation of European entrepreneurship training curriculums", Bruxelas, Comissão Europeia
 25. CE, (2003), "Green Paper - Entrepreneurship in Europe", Bruxelas, Comissão Europeia
 26. CE, (2006a), "Aplicar o Programa Comunitário de Lisboa: Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem", Bruxelas, Comissão Europeia
 27. CE, (2006b), "Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning - Final Proceedings", Bruxelas, Comissão Europeia
 28. CE, (2008a), "Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies - Final Report of the Expert Group", Bruxelas, Comissão Europeia
 29. CE, (2008b), "Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe - Appendix A - Table Report", Bruxelas, Comissão Europeia
 30. CE, (2009), "Entrepreneurship in Vocational Education and Training - final report of the expert group", Bruxelas, Comissão Europeia
 31. CE, (2009a), "Quadro Europeu de Qualificações para a aprendizagem ao longo da vida (QEQ)", Bruxelas, Comissão Europeia - Educação e Cultura
 32. CE, (2010a), "Towards Greater Cooperation in Entrepreneurship Education", Bruxelas, Comissão Europeia

-
33. CE, (2010b), "Europe 2020 - A strategy for smart, sustainable and inclusive growth", Bruxelas, Comissão Europeia
 34. CE, (2011), "Entrepreneurship Education: Enabling Teachers as a Critical Success Factor", Bruxelas, Comissão Europeia
 35. CE, (2012a), "Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education", Bruxelas, Comissão Europeia
 36. CHARNEY, Alberta, LIBECAP, Gary D., (2009), "Impact of entrepreneurship education", Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Insights – Kauffman Research Series
 37. CNE, (2011), "Recomendação sobre Educação para o Risco", Lisboa, Conselho Nacional de Educação
 38. COUTINHO, Clara Pereira, (2011), Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática, Coimbra, Edições Almedina
 39. CROSIER, David, PURSER, Lewis, SMIDT, Hanne, (2007), "Trends V: Universities Shaping the European Higher Education Area", Bruxelas, EUA - European University Association
 40. DIAS, Maria Olívia, (2010), Planos de Investigação. Avançando passo a passo, Viseu, edição de autor
 41. DOLABELA, Fernando, (2006), O Segredo de Luísa, São Paulo, 2ª edição, Editora de Cultura
 42. DOMINGUINHOS, Pedro Miguel Calado, CARVALHO, Luisa Margarida Cagica, (2009), "Promoting business creation through real world experience - Projeto Começar", Education and Training, volume 51, nr., pp. 150-169
 43. DOYLE, Terry, (2008), Helping Students Learn in a Learner-Centered Environment - A Guide to Facilitating Learning in Higher Education, Virginia (US), Stylus Publishing, LLC

-
44. DR, (2006), "Decreto-Lei nº 74/2006 de 24 de março - aprova o regime jurídico dos graus e diplomas do ensino superior", Lisboa, Diário da República, 1ª série-A, nº 60, pp. 2242-2257
 45. DR, (2007a), "Decreto-Lei nº 369/2007 de 5 de novembro - Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior", Lisboa, Diário da República, 1ª série, nº 212, pp. 8032-8040
 46. DR, (2007b), "Lei nº 62/2007 de 10 de setembro - Regime Jurídico das Instituições de Ensino Superior", Lisboa, Diário da República, 1ª série, nº 174, pp. 6358-6359
 47. DR, (2009), "Portaria nº 782/2009 de 23 de julho - Quadro Nacional de Qualificações", Lisboa, Diário da República, 1ª série, nº 141, pp. 4776-4778
 48. DR, (2011), "Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação +E, +I", Lisboa, Diário da República, 1ª série, nº 243, pp. 5351-5354
 49. DR, (2012), "Resolução da Assembleia da República nº 58/2012 de 3 de maio", Lisboa, Diário da República, 1ª série, nº 86, p. 2352
 50. DRUCKER, Peter F., (1985), Innovation and Entrepreneurship, New York, HarperCollins Publishers Inc.
 51. DUFFY, Thomas M., KIRKLEY, Jamie R., (2004), Learner-Centered Theory and Practice in Distance Education - Cases from Higher Education, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
 52. EHEA, (2012), "National Report regarding the Bologna Process implementation 2009-2012 - Portugal", Armenia, EHEA - European Higher Education Area
 53. ESU, (2010), "Student Centered Learning - Survey Analysis Time for Student Centred Learning", Bucarest, European Students Union
 54. ESU, (2012), "Bologna with Student Eyes 2012", Bruxelas, European Students Union
 55. ETZKOWITZ, Henry, WEBSTER, Andrew, GEBHARDT, Christiane, TERRA, Branca Regina Cantisano, (2000), "The future of the university and the university of the future:

-
- evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm", *Research Policy*, nr. 29, pp.313-330
56. FAYOLLE, Alain, GAILLY, Benoit, (2008), "From craft to science - Teaching models and learning processes in entrepreneurship education", *Journal of European Industrial Training*, volume 32, nr. 7, pp. 569-593
57. FAYOLLE, Alain, KLANDT, Heinz, (2006), *International Entrepreneurship Education - Issues and Newness*, Cheltenham UK, Edward Elgar Publishing Limited
58. FERRAZ, Ana Paula do Carmo Marcheti, BELHOT, Renato Vairo, (2010), "Taxonomia de Bloom: revisão teórica e apresentação das adequações do instrumento para definição de objetivos instrucionais", *Gestão da Produção*, volume 17, nº 2, pp. 421-431
59. FERREIRA, Manuel Portugal, SANTOS, João Carvalho, SERRA, Fernando Ribeiro, (2008), *Ser Empreendedor - Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*, Lisboa, Edições Sílabo, Lda.
60. FIET, James O., (2000a), "The Theoretical Side of Teaching Entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, nr. 16, pp.1-24
61. FIET, James O., (2000b), "The Pedagogical Side of Entrepreneurship Theory", *Journal of Business Venturing*, nr. 16, pp.101-117
62. FLICK, Uwe, (2010), *An Introduction to Qualitative Research*, London, 4th edition, SAGE Publications Ltd.
63. GARNSEY, Elisabeth, (2006), "The Entrepreneurial University - The Idea and Its Critics", Cp. 14 em YUSUF, Shahid, NABESHIMA, (2007), *How Universities Promote Economic Growth*, Washington, The World Bank
64. GASPAR, Fernando, (2009), *O Processo Empreendedor e a Criação de Empresas de Sucesso*, Lisboa, Edições Sílabo
65. GEM, (2007), "The Global Entrepreneurship Monitor - Projeto GEM Portugal 2007", Lisboa, publicação conjunta da SPI, IAPMEI, FLAD e BES

-
66. GEM, (2010), "The Global Entrepreneurship Monitor - Projeto GEM Portugal 2010", Lisboa, publicação conjunta da SPI, IAPMEI, FLAD
67. GIBB, Allan, (2002), "In pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge", *International Journal of Management Reviews*, volume 4, nr. 3, pp.233-269
68. GIBB, Allan, (2005), "Towards the Entrepreneurial University - Entrepreneurship Education as a Lever for Change", NCGE - The National Council for Graduate Entrepreneurship
69. GIBB, Allan, HANNON, Paul, (2006), "Towards the Entrepreneurial University", *International Journal of Entrepreneurship Education*, nr. 4, pp. 73-101
70. GIBB, Allan, HASKINS, Gay, ROBERTSON, Ian, (2009), "Leading the Entrepreneurial University - Meeting the entrepreneurial development needs of higher education institutions", NCGE - National Council for Graduate Entrepreneurship
71. GORMAN, Gary, HANLON, Dennis, KING, Wayne, (1997), "Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review", *International Small Business Journal*, volume 15, nr. 3, pp.56-78
72. GREENE, Patricia G., RICE, Mark P., (2007), *Entrepreneurship Education*, Northampton (US), The International Library of Entrepreneurship vol. 9, Edward Elgar Publishing, Inc.
73. HAVINAL, Veerabhadrapa, (2009), *Management and Entrepreneurship*, New Delhi, New Age International
74. HEINONEN, Jarna, (2007), "An entrepreneurial-directed approach to teaching corporate entrepreneurship at university level", *Education and Training*, volume 49, nr. 4, pp.310-324
75. HENRY, Colette, HILL, Frances, LEITCH, Claire, (2005a), "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught ? Part I", *Education and Training*, volume 47, nº 2, pp. 98-111

-
76. HENRY, Colette, HILL, Frances, LEITCH, Claire, (2005b), "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught ? Part II", Education and Training, volume 47, nº 3, pp. 158-169
 77. HIGGINS, David, ELLIOTT, Chris, (2011), "Learning to make sense: What works in Entrepreneurial Education?", Journal of European Industrial Training, volume 35, nr. 4, pp.345-367
 78. HINDLE, Kevin, (2004), "Teaching entrepreneurship at university: from the wrong building to the right philosophy", Canada, Canadian Council for Small Business and Entrepreneurship, University of Regina
 79. HISRICH, Robert D., PETERS, Michael P., SHEPHERD, Dean A., (2010), Entrepreneurship, New York, 8ª edição, McGraw-Hill International Edition
 80. HJORTH, Daniel, JOHANNISSON, Bengt, (2009), "Learning as na Entrepreneurial Process", Revue de l'Entrepreneuriat, volume 18, nr. 2, pp. 57-78
 81. HOLMGREN, Carina, FROM, Jörgen, OLOFSSON, Anders, KARLSSON, Hakan, SNYDER, Kristen, SUNDTRÖM, Ulrika, (2004), "Entrepreneurship Education: Salvation or Damnation ?", International Journal of Entrepreneurship, volume 8, pp. 55-71
 82. HOUAISS, Antônio, VILLAR, Mauro de Salles, (2005), Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, Lisboa, Tomo VII, Temas e Debates
 83. HUEBSCHER, Jutta, LENDNER, Christian, (2010), "Effects of Entrepreneurship Simulation Game Seminars on Entrepreneurs' and Students' Learning", Journal of Small Business and Entrepreneurship, volume 23, nr. 4, pp.543-554
 84. HUNTER, Murray, (2012), "On some of the misconceptions about entrepreneurship", Economics, Management and Financial Markets Journal, volume 7, nº 2, pp. 55-104
 85. HYNES, Briga, COSTIN, Yvonne, BIRDTHISTLE, Naomi, (2011), "Practice-based learning in entrepreneurship education", Higher Education, Skills and Work-based Learning, volume 1, nr. 1, pp.16-28

-
86. JOHNSON, Debra, CRAIG, Justin B.L., HILDEBRAND, Ryan, (2006), "Entrepreneurship education: towards a discipline-based framework", *Journal of Management Development*, volume 25, nr. 1, pp.40-54
 87. JONES, Colin, (2010), "Entrepreneurship education: revisiting our role and its purpose", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, volume 17, nr. 4, pp. 500-513
 88. JONES, Colin, ENGLISH, Jack, (2004), "A contemporary approach to entrepreneurship education", *Education and Training*, volume 46, nr. 8/9, pp. 416-423
 89. KEMBER, David, (2009), "Promoting student-centred forms of learning across an entire university", *Higher Education*, volume 58, nº 1, pp. 1-13
 90. KIRBY, David A., (2004), "Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge ?", *Education and Training*, volume 46, nr. 8/9, pp. 510-519
 91. KLEIN, Peter, BULLOCK, J. Bruce, (2006), "Can Entrepreneurship Be Taught ?", *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 38, nº 2 (agosto 2006), pp. 429-439
 92. KRIPPENDORFF, Klaus, (2004), *Content Analysis - Introduction to Its Methodology*, Londres, 2ª edição, Sage Publications, Inc.
 93. KURATKO, Donald F., (2003), "Entrepreneurship Education: Emerging Trends and Challenges for the 21st Century", Muncie (US), Coleman Foundation White Paper Series
 94. KURATKO, Donald F., (2005), "The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, September 2005, pp.577-597
 95. LATIP, Hamrila A., ZHAO, Fang, SAID, Superi Awang, (2009), "Entrepreneurship Education: To Foster the Right Pedagogies", *Proceedings of the 6th International AGSE Entrepreneurship Research Exchange*, Australia, pp. 571-578
 96. LEACH, Ed, (2007), "Instruction-Based Action Guidelines on Bloom's Revised Framework: Setting Objectives for Entrepreneurship Teaching", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, volume 20, nº 4, pp. 351-368

-
97. LOCKE, Robert R., SCHÖNE, Katja E., (2004), *The Entrepreneurial Shift - Americanization in European High-Technology Management Education*, Cambridge UK, Cambridge University Press
 98. MATLAY, Harry, (2005), "Researching entrepreneurship and education - Part 1: what is entrepreneurship and does it matter ?", *Education & Training*, volume 47, nr. 8/9, pp. 665-677
 99. MATLAY, Harry, CAREY, Charlotte, (2007), "Entrepreneurship education in the UK: a longitudinal perspective", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, volume 14, nr. 2, pp. 252-263
 100. MCTES, (2010), "Investir no Futuro - Um contrato de confiança no Ensino Superior para o futuro de Portugal", Lisboa, Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior
 101. MEYER, G. Dale, (2011), "The Reinvention of Academic Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, volume 49, nr. 1, pp.1-8
 102. MINTER, Mary Kennedy, (2011), "Learner-Centered (LCI) Vs. Teacher-Centered (TCI) Instruction: A Classroom Management Perspective", *American Journal of Business Education*, Volume 4, nº 5, pp. 55-62
 103. MWASALWIBA, Ernest Samwel, (2010), "Entrepreneurship Education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators", *Education and Training*, volume 52, nr. 1, pp. 20-47
 104. NECK, Heidi M., GREENE, Patricia G., (2011), "Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers", *Journal of Small Business Management*, volume 49, nr. 1, pp. 55-70
 105. NESTA, (2008), "Developing Entrepreneurial Graduates - Putting entrepreneurship at the centre of higher education", NCGE - National Council for Graduate Entrepreneurship UK
 106. NILSSON, TorBjörn, (2012), "Entrepreneurship Education - Does It Matter ?", *International Journal of Business and Management*, volume 7, nº 13, pp. 40-48

-
107. OCDE, (2002), "Higher Education Management and Policy", Journal of the Programme on Institutional Management in Higher Education, volume 14, nr.1, OECD Publishing
 108. OCDE, (2011), "Entrepreneurship at a Glance 2011", OECD Publishing
 109. OJASALO, Jukka, (2004), "Attractiveness and Image of Entrepreneurship: An Empirical Study", International Journal of Entrepreneurship, volume 8
 110. OLIVEIRA, Eva Dias de, GUIMARÃES, Isabel de Castro, (2009), "Employability through competencies and curricular innovation: a Portuguese account", Universidade Católica Portuguesa – Faculdade de Economia e Gestão
 111. O'NEILL, Geraldine, MOORE, Sarah, McMULLIN, Barry, (2005), "Emerging Issues in the Practice of University Learning and Teaching", Dublin, AISHE - All Ireland Society for Higher Education
 112. OOSTERBEEK, Hessel, PRAAG, Mirjam van, IJSSELTEIN, Auke, (2010), "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation", European Economic Review, volume 54, pp. 442-454
 113. PARDINI, Daniel Jardim, SANTOS, Renata Veloso, (2008), "Empreendedorismo e interdisciplinaridade: uma proposta metodológica no ensino de graduação", Revista de Administração da FEAD-Minas, volume 5, pp. 157-172
 114. PARREIRA, Pedro, PEREIRA, Francisco Costa, BRITO, Nuno Vieira e, (2011), Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior, Lisboa, Edições Sílabo
 115. PCM, (2011), "Programa do XIX Governo Constitucional", Lisboa, PCM - Presidência do Conselho de Ministros
 116. PEÑA, Vanessa, TRANSUE, Morghan, RIGGIERI, Alison, SHIPP, Stephanie, ATTA, Richard Van, (2010), "A Survey of Entrepreneurship Education Initiatives", Washington, IDA, Science and Technology Policy Institute
 117. POTTER, Jonathan, (2008), "Entrepreneurship and Higher Education", OCDE- Local Economic and Employment Development (LEED)

-
- ^{118.} QAA, (2012), "Enterprise and entrepreneurship education - Guidance for UK higher education providers - draft for consultation", Gloucester (UK), QAA - Quality Assurance Agency for Higher Education
- ^{119.} RAE, David, (2003), "Opportunity centred learning: an innovation in enterprise education ?", *Education & Training*, Volume 45, nº 8/9, pp. 542-549
- ^{120.} RAE, David, (2007), *Entrepreneurship - From Opportunity to Action*, London, Palgrave Macmillan Ltd.
- ^{121.} RAE, David, GEE, Simon, MOON, Robert, (2010), "The role of an entrepreneurial learning team in creating an enterprise culture in a university", In FAYOLLE, Alain, (Edt.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education - Vol. 3 - International Perspectives*, Cheltenham (UK), Edward Elgar Publishing Limited
- ^{122.} REDFORD, Dana T., (2006), "Entrepreneurship education in Portugal: 2004/2005 national survey", *Comportamento Organizacional e Gestão*, volume 12, nr. 1, pp. 19-41
- ^{123.} REIS, Pedro Rocha dos, CAMACHO, George, (2009), "A Avaliação da Concretização do Processo de Bolonha numa Instituição de Ensino Superior Portuguesa", *Revista Española de Educación Comparada*, Volume 15, pp. 41-59
- ^{124.} RIZZA, Caroline, VARUM, Celeste Amorim, (2011), "Directions in entrepreneurship education in Europe", Bruxelas, Comissão Europeia - Association of Economics of Education
- ^{125.} ROBERTS, Edward B., EESLEY, Charles, (2009), "Entrepreneurial Impact: The Role of MIT", Kansas City, MIT Sloan School of Management, Kauffman Foundation
- ^{126.} SARAIVA, Pedro Manuel, (2011), *Empreendedorismo*, Coimbra, 2ª edição, Imprensa da Universidade de Coimbra
- ^{127.} SARAIVA, Pedro Manuel, COELHO, Inês de Paiva, ROSA, Maria João Pires da, (2007), *Economia do Conhecimento e Instituições de Ensino*, Porto, SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação

-
128. SARASVATHY, Saras D., (2001), "What makes entrepreneurs entrepreneurial ?", Seattle, University of Washington - School of Business
129. SARKAR, Soumodip, (2010), Empreendedorismo e Inovação, Lisboa, 2ª edição, Escola Editora
130. SAUCIER, Chantal, THORNTON, Mark, (2010), An Essay on Economic Theory - An English translation of Richard Cantillon's Essai sur la Nature du Commerce en Général, Alabama, Ludwig von Mises Institute
131. SEIKKULA-LEINO, Jaana, RUSKOVAARA, Elena, IKAVALKO, Markku, MATTILA, Johanna, RYTKOLA, Tiina, (2010), "Promoting entrepreneurship education: the role of the teacher ?", Education and Training, volume 52, nr. 2, pp. 117-127
132. SIMÃO, José Veiga, SANTOS, Sérgio Machado dos, COSTA, António de Almeida, (2004), "Bolonha - Agenda para a Excelência", Lisboa, MCTES - Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior
133. SOLOMON, George, (2007), "An examination of entrepreneurship education in the United States", Journal of Small Business and Enterprise Development, volume 14, nr. 2, pp.168-182
134. SVINIVKI, Marilla, MCKEACHIE, Wilbert J., (2011), McKeachie's Teaching Tips - Strategies, Research, and Theory for College and University Teachers, Belmont, 13th edition, Wadsworth Cengage Learning
135. TAATILA, Vesa P., (2010), "Learning entrepreneurship in higher education", Education and Training, volume 52, nr. 1, pp. 48-61
136. TAN, Siok San, NG, C.K. Frank, (2006), "A problem-based learning approach to entrepreneurship education", Education and Training, volume 48, nr. 6, pp. 416-428
137. TEIXEIRA, Aurora A. C., DAVEY, Todd, (2008), "Attitudes of Higher Education students to new venture creation: a preliminary approach to the Portuguese case", Universidade do Porto - Faculdade de Economia

-
138. THORP, Holden, GOLDSTEIN, Buck, (2010), *Engines of Innovation - The Entrepreneurial University in the twenty-first Century*, Chapel Hill, University of North Carolina Press
139. TRUMP, Donald, (2010), *Entrepreneurship 101*, New Jersey, Trump University, John Wiley & Sons, Inc.
140. UE, (2006a), "Recommendation of the European Parliament and of the Council on key competences for lifelong learning", *Jornal Oficial da União Europeia*, L394, pp. 10-18
141. UE, (2006b), "Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem", *Comissão das Comunidades Europeias*
142. UE, (2007), "Key Competences for Lifelong Learning - European Reference Framework", *União Europeia, Education and Culture DG*
143. UE, (2011a), "Conclusões do Conselho sobre o papel do ensino e da formação na implementação da Estratégia Europa 2020", *Jornal Oficial da União Europeia*, C70, pp. 1-3
144. UE, (2011b), "Guidance supporting Europe's aspiring entrepreneurs - policy and practice to harness future potential", *União Europeia, CEDEFOP - European Centre for the Development of Vocational Training*
145. URBAN, Boris, (2010), *Frontiers in Entrepreneurship*, Johannesburg, Springer-Verlag Berlin Heidelberg
146. VALA, Jorge, (1986), "A Análise de Conteúdo", in SILVA, Augusto Santos, PINTO, José Madureira, (Ed.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, 15ª edição, Edições Afrontamento
147. VENKATARAMAN, S., (1997), "The distinctive domain of entrepreneurship research", *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, volume 3, pp. 119-138
148. VOLKMANN, Christine, (2004), "Entrepreneurship Studies - An Ascending Academic Discipline in the Twenty-First Century", *Higher Education in Europe*, volume 29, nr. 2, pp. 177-185

-
- ^{149.} VOLKMANN, Christine, WILSON, Karen E., MARIOTTI, Steve, RABUZZI, Daniel, VYAKARNAM, Shailendra, SEPULVEDA, Ana, (2009), "Educating the Next Wave of Entrepreneurs - Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st Century", Genebra (Suíça), World Economic Forum
- ^{150.} WESTWOOD, Peter, (2008), What teachers need to know about Teaching Methods, Victoria (Australia), Australian Council for Educational Research Ltd., ACER Press
- ^{151.} WILSON, Karen, (2008), "Entrepreneurship Education in Europe", European Foundation for Entrepreneurship Research em POTTER, Jonathan, (2008), "Entrepreneurship and Higher Education", OCDE- Local Economic and Employment Development (LEED)
- ^{152.} WISSEMA, J. G., (2009), Towards the Third Generation University - Managing the University in Transition, Cheltenham UK, Edward Elgar Publishing Limited
- ^{153.} YORKE, Mantz, (2004), "Employability in higher education: what it is – what it is not", Learning and Teaching Support Network, The Network Centre (UK)

Apêndices

© 2012 Fernando J. A. Angelino

Ensino do Empreendedorismo nos Institutos Politécnicos Portugueses ...

O presente questionário enquadra-se numa investigação que está a ser desenvolvida no âmbito do Mestrado em Gestão – especialidade em Empreendedorismo e Inovação na Universidade de Évora. Pretende-se recolher a opinião de Docentes de Empreendedorismo que se encontrem a lecionar, ou que tenham lecionado, a Unidade Curricular de Empreendedorismo (ou similar), junto dos Institutos Politécnicos Nacionais. Não existem respostas certas ou erradas. Pretende-se apenas obter a sua opinião pessoal e espontânea, para cada uma das questões colocadas. O questionário possui 19 questões que tomarão cerca de 4 minutos do seu tempo e, naturalmente, é indispensável a sua colaboração. Muito obrigado pela sua compreensão e participação neste estudo !

* Required

Questões de âmbito geral ...

Q1 - Quais são para si os 3 principais objetivos do Empreendedorismo ? * (Por favor, assinale as 3 principais afirmações que melhor se identifiquem com a sua opinião)

- Contribuir para a criação e o crescimento de emprego;
- É crucial para a competitividade de uma economia;
- Revelar o potencial do indivíduo;
- Responder aos interesses da sociedade;
- Contribuir para um aumento da riqueza dos pobres;
- Contribuir para a inovação e progresso tecnológico de uma economia.

Q2 - Para si, um Empreendedor é alguém que: * (1 - discordo totalmente ... 5 - concordo totalmente)

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| a) Tem um QI elevado. | <input type="radio"/> |

	1	2	3	4	5
b) Tem uma ideia radicalmente nova para a criação de um novo negócio.	<input type="radio"/>				
c) Tem a capacidade de perceber o potencial de uma ideia.	<input type="radio"/>				
d) Possui o seu próprio capital.	<input type="radio"/>				
e) Está disposto a atuar dentro das regras.	<input type="radio"/>				
f) Está disposto a trabalhar com base nos recursos de que dispõe no presente.	<input type="radio"/>				
g) Tem paixão, entusiasmo, iniciativa e persistência.	<input type="radio"/>				
h) Considera os interesses da sociedade na sua tomada de decisão.	<input type="radio"/>				
i) Está disposto a correr grandes riscos por causa de uma nova ideia.	<input type="radio"/>				
j) É uma pessoa respeitável.	<input type="radio"/>				

Q3 - Já lecionou a unidade curricular de Empreendedorismo (ou similar) ? * (Por favor, considere também se, atualmente, se encontrar a lecionar a unidade curricular de Empreendedorismo (ou similar))

-
- Sim
 - Não

Q4 - Quantos semestres é que leciona (ou lecionou) a unidade curricular de Empreendedorismo (ou similar) ? * (Por favor, indique em número de semestres, há quanto tempo é que leciona (ou lecionou) a unidade curricular de Empreendedorismo (ou similar))



Q5 - Já elaborou algum artigo científico sobre temas ligados ao Empreendedorismo ? * (Por favor, considere também comunicações/artigos apresentados em seminários, conferências ou congressos)

- Sim
- Não

Q6 - Participa, ou participou, em atividades relacionadas com o Empreendedorismo ? * (Congressos / conferências / seminários / colóquios / cursos / grupos de discussão / comunidades de prática / investigação)

- Sim, já participei e ainda participo;
- Sim, já participei, mas atualmente não participo;
- Sim, participo atualmente;
- Não, nunca participei.

Q7 - Indique a principal razão que esteve na origem da criação da unidade curricular de Empreendedorismo na sua Instituição ? *

- A pedido dos alunos;
- Resposta ao mercado / pedidos de empresas;
- Ir ao encontro das políticas do governo Português;
- Ir ao encontro das políticas da União Europeia;
- Interesse pessoal do docente;
- Resultante de uma tese / programa de doutoramento;
- Estruturada a partir da UC de uma outra Instituição de Ensino Superior;

-
- Outra razão (especifique abaixo):

Q7.1. (Se respondeu "Outra razão" na questão anterior, por favor especifique)



Q8 - Há quanto tempo se leciona a unidade curricular de Empreendedorismo (ou similar) na sua Instituição ? *

- Menos de 1 ano;
- Entre 1 e 3 anos;
- Entre 3 e 5 anos;
- Mais de 5 anos.

Q9 - Que designações possuem as unidades curriculares sobre Empreendedorismo, que existem na sua Instituição ? * (Por favor, indique uma designação por cada linha de texto)

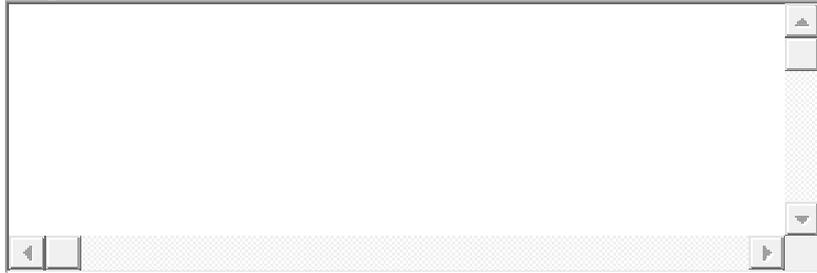


Q10 - A sua Instituição possui um departamento de Empreendedorismo ? * (Por favor, indique se o ensino do Empreendedorismo na sua Instituição, possui um departamento dedicado a esse efeito)

- Sim
- Não
- Não sabe / não responde (complemente abaixo)

Q10.1. - Se respondeu "Não sabe / não responde" na questão anterior, por favor indique em que departamento da sua Instituição é que está integrado o ensino do Empreendedorismo ? (Por favor, indique a designação do departamento que integre o ensino do

Empreendedorismo, na sua instituição)



Q11 - A sua Instituição possui um centro dedicado ao Empreendedorismo ou alguma estrutura similar ? * (OTIC's ou estruturas similares, podem ser consideradas nesta resposta)

- Sim
- Não
- Não sabe / não responde

Q12 - A sua Instituição conduz investigação sobre Empreendedorismo ? *

- Sim
- Não
- Não sabe / não responde

Q13 - A sua Instituição conduz investigação específica sobre o Ensino do Empreendedorismo ? *

- Sim
- Não
- Não sabe / não responde

Q14 - Quais são para si as 3 principais barreiras na educação do Empreendedorismo na sua Instituição ? * (Por favor, assinale as 3 principais razões que melhor se identifiquem com a sua opinião)

- Algum do staff académico opõe-se à introdução do ensino do Empreendedorismo;
- Competências limitadas entre o staff académico / nível atual de competências para o ensino do Empreendedorismo é inadequado;
- Não existe qualquer pedido / interesse no ensino do Empreendedorismo, por parte dos estudantes;
- O staff académico não dispõe de tempo suficiente para se envolver no ensino do Empreendedorismo;
- Ausência de apoio da gestão de topo na minha Instituição;

- Ausência de recursos financeiros para suportar o ensino do Empreendedorismo;
- Ausência de apoio por parte do governo / as políticas de apoio ao ensino do Empreendedorismo têm de melhorar;
- Na minha Instituição não é atribuído qualquer reconhecimento pela excelência no ensino do Empreendedorismo;
- Não existe credibilidade académica no ensino do Empreendedorismo;
- Há uma falta de materiais didáticos de boa qualidade para o ensino do Empreendedorismo;
- O ensino do Empreendedorismo depende do esforço/dedicação de uma única pessoa ou de um conjunto reduzido de pessoas;
- O ensino do Empreendedorismo não é considerado um objetivo estratégico na minha Instituição.
- Outras (especifique abaixo):

Q14.1. (Se respondeu "Outras" na questão anterior, por favor especifique)

Q15 - A sua Instituição possui cursos em Empreendedorismo ? * (Por favor, considere apenas os cursos/graus cuja designação contenha o termo "Empreendedorismo")

	Sim	Não
Licenciatura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pós-graduação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mestrado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q16 - Por favor, indique qual o seu grau de concordância com as seguintes afirmações: * (1 - discordo totalmente 5 - concordo totalmente)

	1	2	3	4	5
Na minha Instituição realizam-se atividades	<input type="radio"/>				

	1	2	3	4	5
multidisciplinares, relacionadas com o Empreendedorismo.					
O ensino do Empreendedorismo ministrado na minha instituição é avaliado.	<input type="radio"/>				
No seio da minha Instituição o Empreendedorismo é considerado como uma parte integrante da abordagem global à educação.	<input type="radio"/>				
Os estudantes de Empreendedorismo da minha Instituição, mantêm algum contacto permanente com empresas.	<input type="radio"/>				
O orçamento da minha Instituição prevê a realização de atividades relacionadas com o Empreendedorismo.	<input type="radio"/>				

Q17 - A sua Instituição possui alguma incubadora de negócios ? * (Por favor, considere a existência de um espaço de incubação / ninho de empresas, no seio da instituição)

- Sim
- Não
- Não sabe / não responde

Q18 - A sua Instituição possui alguma ligação a uma incubadora de negócios externa ? * (Por favor, considere a ligação a espaços de incubação / ninhos de empresas, externos à instituição)

- Sim

-
- Não
 - Não sabe / não responde

Q19 - Que métodos de ensino do Empreendedorismo são utilizados na sua Instituição ? * (Por favor, assinale todos os métodos que sejam aplicáveis)

- Aulas em sala de aula;
- Estudos de caso;
- Aulas abertas com a presença de empreendedores externos;
- Projetos em equipa / trabalhos de grupo;
- Visitas a empresas;
- Jogos de simulação empresarial / mini-empresas;
- Planos de negócio;
- Seminários / conferências;
- Outros eventos relacionados com o Empreendedorismo (especifique abaixo):

Q19.1. (Se respondeu "Outros eventos" na questão anterior, por favor especifique)



Caracterização pessoal do Docente respondente ...

1 - Género: *

- Masculino
- Feminino

2 - Idade: *

- Menos de 25 anos;
- 25 a 35 anos;
- 36 a 50 anos;
- 51 a 60 anos;
- Mais de 60 anos.

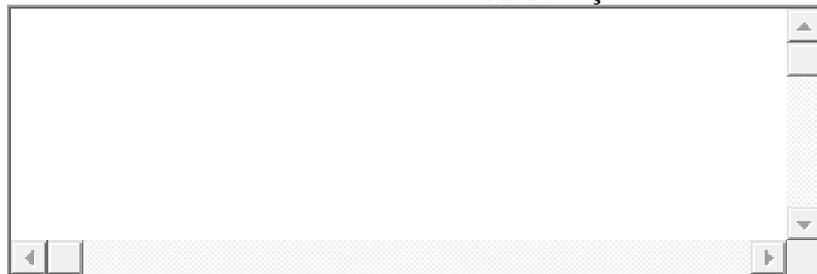
3 - Qual a sua categoria profissional atual ? * (Por favor, indique a categoria profissional em que se encontra atualmente)

4 - Qual a área científica em que se insere cada um dos graus acadêmicos que possui ? * (Por favor, assinale a área científica respectiva, para cada um dos seus graus acadêmicos)

	Saúde	Tecnológicas	Ciências Sociais	Economia e Gestão	Não aplicável
Bacharelato	<input type="radio"/>				
Licenciatura	<input type="radio"/>				
Pós-graduação	<input type="radio"/>				
Mestrado	<input type="radio"/>				
Doutoramento	<input type="radio"/>				

5 - Qual a Instituição onde se encontra a lecionar atualmente ? * (Por favor, indique a instituição, por onde recebeu o presente questionário)

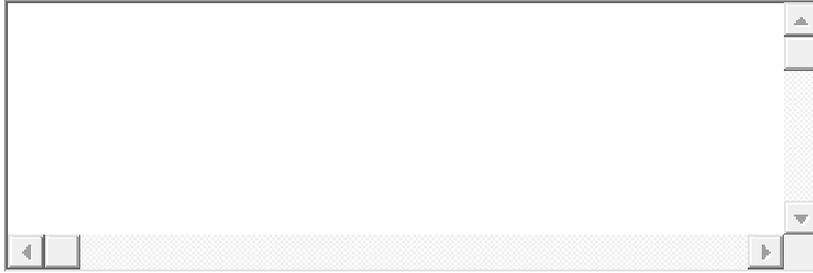
6 - Há quanto tempo leciona nesta Instituição ? * (Por favor, indique há quantos anos se encontra a lecionar na instituição onde se encontra atualmente)



7 - Qual o tempo total de docência no Ensino Superior ? * (Por favor, indique há quantos anos leciona no Ensino Superior)



8 - Para além da docência, possui alguma experiência profissional prévia ? * (Por favor, indique qual o tipo de experiência profissional que possui)

An empty text input field with a light gray background and a thin border. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal scrollbars at the bottom, indicating it is a multi-line text area.

9 - Já alguma vez teve o seu próprio negócio ou criou uma empresa ? * (Por favor, indique qual a sua experiência prévia nesta área)

- Não, e não tenho qualquer interesse em ter.
- Não, mas consigo imaginar-me a criar a minha própria empresa.
- Não, mas tenho uma ideia que poderia ter sucesso.
- Estou presentemente a pensar nessa possibilidade.
- Já dei alguns passos para criar um negócio.
- Sim, já criei empresa(s).

Muito obrigado pela sua participação neste estudo !

Caso possua ou tenha acesso à(s) ficha(s) da(s) unidade(s) curricular(es) de Empreendedorismo ou similares em vigor na sua Instituição, solicita-se o favor de as remeter por email para o endereço - [REDACTED] - ou, em alternativa, consulte por favor a mensagem que recebeu com o endereço para preenchimento deste questionário. Muito obrigado.

Apêndice II – 1º pedido de colaboração

Exmos(as) Senhores(as),

No âmbito do Mestrado em Gestão da Universidade de Évora – ramo de especialização em Empreendedorismo e Inovação – encontro-me a realizar uma investigação relacionada com o **Ensino do Empreendedorismo nos Institutos Politécnicos Portugueses**.

Neste sentido, venho apelar à vossa inestimável colaboração através da divulgação/preenchimento do seguinte questionário:

https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?hl=en_US&pli=1&formkey=dFgwR1VNRTd4QkZhbzRJR0xLYmZHTEE6MQ#gid=0

- **Tempo estimado de resposta:** 4 a 6 minutos.
- **Público-alvo (respondentes):** Docentes de Empreendedorismo ou de unidades curriculares com designações similares;
- **Informação adicional (MUITO IMPORTANTE !):** Solicita-se também o envio por e-mail para o endereço – fangelino@netcabo.pt – das Fichas Curriculares, de todas as unidades curriculares de Empreendedorismo ou similares, existentes na sua Instituição.
- **Data limite para responder/enviar informação adicional:** 25 de setembro de 2011.
- **Confidencialidade:** Os dados recolhidos neste estudo são anónimos e confidenciais, sendo exclusivamente utilizados para tratamento estatístico.

Coloco-me inteiramente ao dispor para prestar todos os esclarecimentos necessários, sobre o presente estudo.

MUITO OBRIGADO PELA SUA DISPONIBILIDADE E COLABORAÇÃO !

Atentamente,

Fernando Angelino

Mestrando em Gestão na Universidade de Évora

Título da dissertação: “O Ensino do Empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior – uma Análise nos Institutos Politécnicos Portugueses”

Apêndice III – 2º pedido de colaboração

Caso já tenha recebido esta mensagem e tido oportunidade de responder ao questionário, ou remeter informação alusiva às unidades curriculares, por favor ignore o seu teor.

Muito obrigado pela sua compreensão e colaboração.

Exmo(a) Senhor(a) Diretor(a) de Curso / Responsável de Unidade Curricular,

No âmbito do Mestrado em Gestão da Universidade de Évora – ramo de especialização em Empreendedorismo e Inovação – encontro-me a realizar uma investigação relacionada com o **Ensino do Empreendedorismo nos Institutos Politécnicos Portugueses**.

Um dos aspetos relevantes desta investigação, incide sobre a análise às fichas das unidades curriculares, das UC's de Empreendedorismo (ou similar), existentes nos diversos cursos ao nível do Ensino Superior Politécnico.

Nesse sentido, venho solicitar a colaboração de V. Exa., na disponibilização da(s) ficha(s) da(s) Unidade(s) Curricular(es) alusivas ao ensino do Empreendedorismo (ou similar), existentes nos diversos cursos da sua instituição, enviando essa informação para este mesmo endereço de e-mail (fangelino@netcabo.pt).

Como forma complementar de colaboração, apelo ainda ao preenchimento e/ou divulgação do seguinte questionário, destinado a Docentes de Empreendedorismo (ou de unidades curriculares com designação similar):

https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?hl=en_US&pli=1&formkey=dFgwR1VNRTd4QkZhbzRJR0xLYmZHTEE6MQ#gid=0

- **Tempo estimado de resposta:** 4 a 6 minutos.
- **Confidencialidade:** Os dados recolhidos neste estudo são anónimos e confidenciais, sendo exclusivamente utilizados para tratamento estatístico.

Coloco-me inteiramente ao dispor para prestar todos os esclarecimentos necessários, sobre o presente estudo.

MUITO OBRIGADO PELA SUA DISPONIBILIDADE E COLABORAÇÃO !

Atentamente,

Fernando Angelino

Mestrando em Gestão na Universidade de Évora

Título da dissertação: “O Ensino do Empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior – uma Análise nos Institutos Politécnicos Portugueses”

Apêndice IV – Bibliografia adotada nas fichas das UC's

Década de 80

Autor / ano de publicação / nome da obra	<i>f</i>
David E Gumpert, James McNeill Stancill, “How much money does your new venture need?”, Harvard Business Review (May/June 1986, Vol. 64 Issue 3): pp. 122.	1
Drucker, P. (1986), “Inovação e Gestão”, Editorial Presença	3
DRUCKER, Peter F. (1987), “Inovação e Espírito Empreendedor – Entrepreneurship”. São Paulo: Editora Pioneira.	1
DRUCKER, Peter F., Innovation and Entrepreneurship, 1985, Harper & Row, Rublishers, New York ou tradução portuguesa	1
DRUCKER, Peter F., The frontiers of management, New York: Harper & Row, Rublishers 1986	1
Inovação e Gestão: uma nova conceção de estratégia de empresa, 1986, Editorial Presença, Lisboa	1
Total:	8

Na década de 80, verifica-se uma proporção entre autores nacionais e estrangeiros de 12,5% e 87,5%, respetivamente.

Década de 90

Autor / ano de publicação / nome da obra	<i>f</i>
“Five Myths about Entrepreneurs: Understanding how businesses start and grow”, National Commission on Entrepreneurship, 2001 Tecnologia, Innovacion Y Empresa, Benavides C.C., Pirâmide, 1998.	1
AMAR, B. e outros (1999)– Harvard business review on entrepreneurship. Harvard Business School Press.	1
Baranger et al (1993), Gestão, as funções da empresa, Edições Silabo.	2
Barros, Luís (1993). Strategor - Política Global da Empresa: Estratégia, Estrutura, Decisão e Identidade. Publicações Dom Quixote, Lisboa.	2
Bhide, A. (1992). Bootstrap Finance: The Art of Start-ups. Harvard Business Review, 70(6), 109-117.	1
BILSTEIN, J. e Sequeira, M., (1994). “Gestão dos Aprovisionamentos”. Coleção O Gestor. IAPMEI.	1

Brealey, R. e S. Myers, Princípios de Finanças Empresariais, McGraw-Hill (1992).	1
Bygrave, William D.(1997), “The Portable MBA in Entrepreneurship”, 2nd Ed., John Willey & Sons Ltd.	2
CAMARA, Pedro B. da, (1997), “Organização e Desenvolvimento de Empresas”, Biblioteca de Economia & Empresa, Publicações Dom Quixote.	1
Carvalho, Pedro (1998). Características e Motivações dos Empresários: O Caso dos Fundadores de Pequenos Negócios na Cidade da Guarda, 20 de fevereiro de 1998, Universidade da Beira Interior, Covilhã.	1
CHIAVENATO, I. (1993), “Teoria Geral da Administração, Volume I”, 4ª edição, Makron Books do Brasil	2
CHIAVENATO, I. (1999), “Gestão de Pessoas – o novo papel dos recursos humanos nas organizações”, Editora Campus, Rio de Janeiro	2
Chiavenato, Idalberto, (1995), Vamos abrir um negócio?, Makron Books, são Paulo.	2
Colins, J. e Porras, J. (1996), “Building your company’s vision”, Harvard Business Review, September-October, pp. 65-77.	2
COURTOIS, A., PILLET, M, MARTIN, C. (1997), “Gestão da Produção”, 4ª edição, Lisboa, Lidel Edições Técnicas.	2
Cruz, Eduardo (1998). Planeamento Estratégico – Um Guia Para a PME, 5ª Edição, Texto Editora, Lisboa.	2
Daly, G. (1998), “Entrepreneurship and business culture in Japan and the U.S.”, Japan and the World Economy, Vol. 10, pp. 487-494.	1
Dees, G. (1998), “The meaning of ‘social entrepreneurship’”, Standford University.	2
Drucker, P. (1992), “The new society of organizations”, Harvard Business Review, Set-Out 1992	3
Drucker, P. (1994), “The theory of the business”, Harvard Business Review, Set- Out 1994	3
Drucker, P. (1999), “Managing oneself”, Harvard Business Review, Mar-Abr 1999	3
Drucker, Peter (1997), "Inovação e Gestão", 4ª Ed. , Editorial Presença, Lisboa.	2
DRUCKER, Peter F., NAKAUCHI, Isao, Tempo de desafios, tempo de decisões, Lisboa, Difusão Cultural, 1999	1
Drucker, Peter, (1999), Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios, Pioneira, São Paulo.	2
Dubrin, A. (1998), Princípios de administração, 4ª edição, Rio de Janeiro, LTC Editora	1
Faure, G. (1991), Estrutura, Organização e Eficácia da Empresa, Coleção Gestão, Edições CETOP.	1
Frank, R. (1997), Microeconomia e Comportamento (3ª edição). Mc Graw-Hill Portugal.	1
FREIRE, A. (1997), “Estratégia – Sucesso em Portugal”, 1ª edição, Lisboa, Editorial Verbo.	1
GODINHO, Manuel Mira, CARAÇA, João M. G. (Organiz.), O Futuro Tecnológico: Perspetivas para a Inovação em Portugal, 1999, Celta, Oeiras,	1
Guedes, Nuno Magalhães (1990). Casos portugueses de estratégia empresarial. Editorial Verbo, Lisboa.	2
HAMPTON, D. (1991). “Administração. Comportamento Organizacional”. MaGraw-Hill, Ldª e MaKron Books Editora Ldª, 2ª Ed., São Paulo, Brasil.	1
Helfer, J.P. e Orsoni, J. (1996), Marketing, 1ª edição, Edições Sílabo.	1
Kotler, P. e Armstrong, G. (1995), “Princípios de Marketing”, Prentice-Hall	3

Madureira, M. (1990), Introdução à Gestão, Biblioteca de Economia e Gestão, Publicações Dom Quixote, Instituto Superior de Gestão, Lisboa.	2
Marques, A., Niven, P. R., Balanced Scorecard Step-by-Step: Maximizing Performance and Maintaining Results, 2nd Edition, John Wiley & Sons, Inc., (2006). Roberts, E., Entrepreneurs in High Technology, Oxford Univ. Press (1991).	1
Martinet. A Ch. (1992). Estratégia. Edições Sílabo, Lda, Lisboa.	1
MINTZBERG, Henry, (1999), “Estrutura e Dinâmica das Organizações”, Publicações Dom Quixote.	1
NEVES, J. (1997) “Análise Financeira: Métodos e Técnicas”. Texto Editora.	1
OCDE, (1998), “Fostering Entrepreneurship”, OCDE, Paris.	1
OCDE, (1999), “Boosting Innovation – the cluster approach”, OCDE, Paris.	1
Oliveira Rocha, J. A. (1999), Gestão de Recursos Humanos, 2ª edição, Editorial Presença.	1
Pereira, J., (1991), “Criar uma empresa, alternativa ao desemprego”, Coleção estudos nº9, IEFP, Lisboa.	1
PETERS, Tom, (1990), “Gestão em tempo de Mudança – uma revolução nos métodos de gerir a empresa”, Editorial Presença.	1
PETERS, Tom, O Círculo da Inovação, 1998, Bertrand Editora, Venda Nova	1
REIS, Elizabeth e MOREIRA, Raul; (1993); “Pesquisa de Mercados”; Edições Sílabo; Lisboa.	1
REIS, Elizabeth; (1997); “Estatística Multivariada Aplicada”; Edições Sílabo; Lisboa.	1
Robbins, S., (1998), ”Organizational Behaviour”, Londres, Prentice-hall International Editions	3
ROBERT, Michael, CORDEIRO, René, Estratégia de Inovação de Produtos - Como o processo Inovação Estratégica ajuda a sua empresa a ultrapassar os concorrentes, 1997, Difusão Cultural, Lisboa	1
Saias, I., Carvalho, R. e Amaral, M. (1998), “Instrumentos fundamentais de Gestão Financeira”, Univ. Católica Editora, Lisboa	3
Santos, Francisco Lopes (1992). Excelência estratégica – Métodos para a mudança. CIFAG, Lisboa.	1
SCHUMPETER, Joseph A., Ensaio - Empresários, inovação, ciclos de negócio e evolução do capitalismo, 1996, Celta Editora	1
Sousa, A. (1990), Introdução à Gestão, 1ª edição, Lisboa, Editorial Verbo.	1
Sousa, A. (1999), “Introdução à Gestão – Uma Abordagem sistémica”, Lisboa, Edições Verbo	4
STONER, J. e FREEMAN, R. (1992). “Administração”. Prentice-Hall do Brasil. 5ª Ed.	1
Tecnologia, Innovacion y Empresa, Benavides C. C, Pirâmide, 1998.	1
Teixeira, S. (1998) “Gestão das Organizações”, Lisboa, McGraw-Hill	4
TIMMONS, Jeffrey. (1990). “New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century”, 4ª. Ed.	1
William A. Sahlman, “How to write a great business plan”, Harvard Business Review, July-August, 1997, pp. 98-108	1
Total:	90

Na década de 90, verifica-se uma proporção entre autores nacionais e estrangeiros de 31% e 69%, respetivamente.

Séc. XXI

Autor / ano de publicação / nome da obra	f
“Five Myths about Entrepreneurs: Understanding how businesses start and grow”, National Commission on Entrepreneurship, 2001 Tecnologia, Innovacion Y Empresa, Benavides C.C., Pirâmide, 1998.	1
AA.VV (CCE), Livro Verde: Espírito Empresarial na Europa, 2003, CCE, Bruxelas	1
AA.VV (NESTA), Creating Entrepreneurship: entrepreneurship education for the creative industries, 2007, The Higher Education Academy Art Design,Media Subject Centre and the National Endowment for Science, Technology and the Arts, London	1
AA.VV (SEDES), Guia do Empreendedorismo, 2007, SEDES, Lisboa	1
Administração para empreendedores, Maximiano A. , Prentice-hall, 2006.	1
Adriano, Freire (2005). Estratégia - Sucesso em Portugal, 10ª ed. Editorial Verbo, Lisboa.	1
AGOSTINI, João Paulo (2001). Critérios de Avaliação para Projetos Empreendedores Sociais. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.	1
Ahuja, G. e Lampert, C. (2001), “Entrepreneurship in the large corporation: A longitudinal study of how established firms create breakthrough inventions”, Strategic Management Journal, Vol. 22, pp. 521-543.	2
ALÍPIO, Suzana, Guia do Empreendedorismo – Estruturas e Apoios ao Empreendedorismo em Portugal, 2006, ANJE, Porto	1
ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários (2006) “Manual de Apoio ao Plano de Negócios - Academia de Empreendedores”.	3
ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários (2006) “Plano de Negócios - Academia de Empreendedores”.	3
Antão, Mário Alexandre Guerreiro (2003). Estratégia empresarial – Conceitos, -processos e modelos de análise de decisão. Universidade Lusíada, Lisboa.	2
Gronroos, C. – Service Management and Marketing: a Customer Relationship Management Approach. 2nd Edition, Chichester: Wiley, 2000. ISBN: 0-471-72034-8.	1
Astrachan, J. (2010), “Strategy in family business: Toward a multidimensional research agenda”, Journal of Family Business Strategy, Vol. 1, pp. 6-14.	1
Audretsch D;Entrepreneurship: A Survey of the Literature, Institute for Development Strategies, Indiana University & Centre for Economic Policy, Research (CEPR), 2002	1
AVILLEZ, F., da SILVA, F., TRINDADE, C., AVILLEZ, F., SALEMA, J., PEREIRA, N., 2006. Planeamento da empresa agrícola – exercícios. Entidade gestora do programa AGRO.	2
Badoc, M., (2001), “O marketing da Start-up, conceitos, princípios e métodos para lançar com êxito a sua empresa”, Bertrand Editora.	1
BARON, R. (2007), “Empreendedorismo: Uma Visão do Processo”, Thomson Learning, São Paulo, Brasil.	1
Baron, R. A., & Shane, S. A. (2005). Entrepreneurship: a process perspective. Mason, Ohio: Thomson/South-Western.	1
BENSADON, Abraham David de Carvalho (2001). Pequenas Empresas: Procedimentos para o Planeamento Organizacional do Empreendedor Contemporâneo. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.	1

BERNARDI, Luís Antônio (2003). Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. São Paulo: Atlas.	1
Birkley, Sue; Muzyka, Daniel F.(2000); “Mastering Entrepreneurship: The Complete MBA Companion in Entrepreneurship, Pearson Education Limited	2
Bosma N., Jones K., Autio E., Levie J; Global Entrepreneurship Monitor 2007, GEM, 2003 (disponível em www.gem.consortium.org)	2
Bruce R. Barringer, R. Duane Ireland, “Entrepreneurship”, Pearson Prentice-Hall, 2006	1
Bucha, Agostinho Inácio, Empreendedorismo, aprender a saber ser empreendedor, Editora hr, (2009).	1
Caiado, Pires (2009). Contabilidade Analítica e de Gestão, Áreas Editora, 5ª Edição, Lisboa.	1
Cardoso, Luís (2001). Gestão Estratégica das Organizações – Como Vencer Os Desafios Do Século XXI, Editorial Verbo, Lisboa.	4
Carvalho, José Mexia Crespo de, Ensino Superior: Modelo de gestão, Edições Sílabo, (2003).	1
Carvalho, P. (2011) “Casos Práticos de Empreendedorismo e Gestão de Empresas”, Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova.	1
Carvalho, P. (2011) “Texto de Apoio de Empreendedorismo e Gestão de Empresas”, Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova.	1
Carvalho, Pedro (2002). Perfil do Empresário. O Caso dos Empresários da Guarda, GESTIN, nº1, Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Castelo Branco.	1
Carvalho, Pedro (2006). Modelo Explicativo sobre a Intenção Empreendedora, Comportamento Organizacional e Gestão, 12 (1), Instituto Superior de Psicologia Aplicada, Lisboa.	1
Carvalho, Pedro. (2011) “Acetatos de Apoio de Empreendedorismo e Inovação”, Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova.	1
Carvalho, Pedro. (2011) “Casos Práticos de Empreendedorismo e Inovação”, Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova.	1
CHIAVENATO, I. (2000), “Administração – Teoria, Processo e Prática”, 3ª edição, Makron Books, São Paulo.	2
CHIAVENATO, Idalberto, Empreendedorismo – Dando asas ao espírito empreendedor, 2008, Editora Saraiva, S. Paulo,	1
CONCEIÇÃO, Pedro, ÁVILA, Patrícia, A Inovação em Portugal: II Inquérito Comunitário às Atividades de Inovação, 2001, Celta, Oeiras	1
Costa H., Ribeiro P.; Criação e Gestão de Micro-Empresas e Pequenos Negócios, LIDEL, 2005	2
Coulter, M. (2003), “Entrepreneurship in action”, New Jersey, Prentice-Hall	3
CRUZ, Eduardo, Criar uma empresa de sucesso, 2006, Edições Sílabo, Lisboa	1
DANTAS, José, COELHO, Arnaldo, O Jogo do Futuro: Por uma competitividade sustentável, 2007, Vida Económica, Porto	1
DARNIL, Sylvain, LE ROUX, Mathieu, 80 homens para mudar o mundo – 80 casos de criatividade empresarial... 80 casos de sucesso empresarial..., 2006, Âmbar, Porto	1
Deakins, D., Freel, M; Entrepreneurship and small firms, McGraw-Hill, 2003	1
DORNELAS, J. C. A., (2001) “Empreendedorismo: transformando ideias em negócios”. Rio de Janeiro: Campus.	3
DRUCKER, P.(2006) – Innovation and entrepreneurship. Collins.	3

Enright, M., (2000), “Regional Clustering: a policy perspective”, OCDE, Paris.	1
FARAH, Osvaldo Elias, CAVALCANTI, Maryl, MARCONDES, Luciana Passos (orgs.), Empreendedorismo Estratégico – Criação e gestão de pequenas empresas, , São Paulo, Cengage Learning, 2008	1
Ferreira, J., J. Neves e A. Caetano, Manual de Psicossociologia das Organizações, McGraw Hill, (2001).	1
Ferreira, M et al (2008), “Ser Empreendedor – Pensar, criar e moldar a nova empresa”, Lisboa, Edições Sílabo	3
FERREIRA, Manuel Portugal, REIS, Nuno Rosa, SERRA, Fernando Ribeiro, Marketing para Empreendedores e Pequenas Empresas, 2009, Lidel, Lisboa	1
FERREIRA, Manuel Portugal, SANTOS, João Carvalho, SERRA, Fernando Ribeiro, Ser Empreendedor: Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa, 2008, Edições Sílabo, Lisboa	3
FICH, Brian (2010). “Como Elaborar um Plano de Negócios”. SmartBook, 1ª Ed., Lisboa.	1
FIRMINO, M. B. (2002), Gestão das Organizações – Conceitos e Tendências atuais, Escolar Editora.	2
Freire, A. (2005). Estratégia - Sucesso em Portugal, 10ª ed. Editorial Verbo, Lisboa.	4
Freire, Adriano (2000), "Inovação - novos produtos, serviços e negócios para Portugal", Editorial Verbo, Lisboa.	1
Gartner, W. (eds) ;Handbook of entrepreneurial dynamics : the process of business creation, SAGE Publications, 2004	1
GASPAR, F. – O Processo Empreendedor e a criação de Empresas de Sucesso – Vença a crise, criando o seu próprio negócio e Moldar a Nova Empresa. 1ª Edição. Edições Sílabo. 2009. ISBN: 978-972-618-525-3	1
GIBSON, Rowan, SKARZYNSKI, Peter, Inovação Prioridade nº 1, Rio de Janeiro, Campus, 2008	1
Gillespie-Brown, J. (2008) So you want to be an entrepreneur? How to decide if starting a business really is for you. Chichester – RU: Capstone Publishing.	1
Gladman, Warren G. (May 2002), “Who wants to be an Entrepreneur?” Harvard Business Review on Entrepreneurship (The Harvard Business Review Paperback Series) (October 1999), Harvard Business School Press	2
Greve, A. e Salaff, J. (2003), “Social networks and entrepreneurship”, Entrepreneurship, Theoy & Practice, Vol. 28, pp. 1-22.	2
Gundry, L. K., & Kickul, J. R. (2007). Entrepreneurship strategy: changing patterns in new venture creation, growth, and reinvention. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.	1
GUPTA, Praveen, Inovação Empresarial no século XXI, 2008, Vida Económica, Porto	1
Hall, R. H. (2004), Organizações - Estrutura, processo e resultados, 8ª Edição, Prentice Hall.	1
HERRERO FILHO, Emílio (2005), “Balanced Scorecard e a Gestão Estratégica”, 10ª Edição, Ed. Campus.	1
HIRSCH, Robert D. ; MICHAEL, P. Peters ; SHEPHERD, Dean A. - Entrepreneurship. McGraw-Hill, 2008	1
Hisrich, R., Peters, M. E Sheperd, D.;Entrepreneurship, McGraw-Hill, 7ª Edição, 2007	2
Isaías, Pedro (2001). “Análise de Sistemas de Informação”, Lisboa: Universidade Aberta.	1
J. Christiansen, “Competitive Innovation Management”, St. Martin’s Press, New York, 2000	1

Jones, Oswald / Tilley, Fiona, (2003),“Competitive Advantage in SMEs”, John Willey & Sons Ltd.	2
Kawasaki, G. (2011), “A arte do empreendedor”, Editora Vogais	1
Kim, W. e Mauborgne, R. (2005) “Blue ocean strategy”, Harvard Business School Press	1
KOTER, John e RATHGEBER, Holger (2009), “O nosso icebergue está a derreter – mudar e ser bem sucedido em condições adversas”, 6ª Edição, Porto Editora.	1
KOTLER, P. e ARMSTRONG G. (2003). “Princípios de Marketing”. Ed. Prentice-Hall do Brasil.	1
KOTLER, P., 2003. Marketing management. 11th Edition, Prentice Hall.	1
KOTLER, P., ARMSTRONG, 2002. Principles of marketing. 3rd European Edition, Prentice Hall Europe.	1
Kotler, P., Keller, K. - Marketing Management. 12th Edition. New Jersey: Prentice-Hall, 2006. ISBN: 0-13-145757-8.	1
KOTLER, Philip, (2000) “Marketing Management”, Ed. Prentice-Hall.	1
KURATKO, F. E HODGETTS, R. (2003) – Entrepreneurship: theory, process and practice, South-Western College Pub, 6ª Ed.	1
LANÇA, Isabel Salavisa, VALENTE, Ana Cláudia (Coord.), Inovação Tecnológica e Emprego: O caso português, 2005, IQF, Lisboa	1
LIEBERMAN, Chad Love, Creative Warriors Walk Alone. The Business of Art, 2003, by Chad Love Lieberman	1
Lindon, D., Lendrevie, J., Levy, J., Dionisio, P., Rodrigues, J. - Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing. 10ª Edição, Lisboa: Publicações D. Quixote, 2004. ISBN: 972-20-2745-X.	2
LISBOA, João e COELHO, Arnaldo (2008). “Introdução à Gestão das Organizações”. Vida Económica, 2ª Ed.	1
Littman, Jonathan e Kelley, Tom (2000), "As dez faces da Inovação - o poder da criatividade e da Inovação na Empresa", Editorial Presença, Lisboa.	1
Lockett, N., Kerr, R. e Robinson, S. (2008), “Multiple perspectives on the challenges for knowledge transfer between higher education institutions and industry”, International Small Business Journal, 26(6), 661-681.	1
Marques, A., Conceção e Análise de Projetos de Investimento, Sílabo, 3ª ed. (2006).	1
Marques, A., Niven, P. R., Balanced Scorecard Step-by-Step: Maximizing Performance and Maintaining Results, 2nd Edition, John Wiley & Sons, Inc., (2006)	1
Martinez, Pedro Romano [et al] - Código do Trabalho – Anotado. 5.ª Edição. Coimbra : Almedina, 2007.	1
Martins, J. (2010), Gestão do Conhecimento: Criação e Transferência de Conhecimento, Sílabo.	2
Mata, J. (2000), Economia de Empresa, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.	1
Maximiano, A.. – Administração para Empreendedores. Pearson/Prentice-Hall, 2006. ISBN: 85-7605-088-9	1
Métodos Qualitativos na Investigação Científica, Uwe Flick, Monitor, 2002	1
Mullins, J. W. (2006). The New Business Road Test (2nd ed.): London: Prentice Hall.	4
O Trinómio do Empreendedorismo: Oportunidade, Empreendedor, Projeto, RH Editora, 2006	1

OCDE, (2001), “Business Views on Red Tape”, OCDE, Paris.	1
OCDE, (2001), “Enhancing SME Competitiveness – the OECD Bologna Ministerial Conference”, OCDE Paris.	1
Oeiras SOHSTEN, Carlos Von, Inteligência Empreendedora: O que você precisa saber para cuidar bem de sua empresa, 2006, QualityMark Editora, Rio de Janeiro	1
Oliveira, A. ;Criação de empresas, Edweb, ANJE, 2008	1
Osterwalder, a. e Pigneur, Y. (2010) “Business Model Generation”, Wiley	1
Peters, T. (2004), “Reimagine! Business Excellence in a Disruptive Age”, Dorling Kindersley Publishers	3
Pina e Cunha, M. et. al. (2003), Manual de Comportamento Organizacional e de Gestão, Editora RH.	1
Pinho, Luís Manuel Fé (2001). Estratégia empresarial – O caso do setor vitivinícola do Ribatejo. Edições Sílabo, Lda, Lisboa.	1
Pink, D. (2005), “A whole new mind: How to thrive in the new conceptual age”, Londres, Cyan Books	3
Pinto, C. et al (2006), “Fundamentos de Gestão”, Lisboa, Editorial Presença	3
POTTER, Jonathan (edited by), Entrepreneurship and Higher Education, 2008, OECD, Paris	1
R., Peters, M. e Shepherd, D. (2009), Entrepreneurship, McGraw-Hill/Irwin.	1
RIBEIRO, Félix, PROENÇA, Manuela, Ambiente, Inovação e Competitividade da Economia, 2007, DPP - Ministério do Ambiente, Lisboa	1
Richard C. Dorf, Thomas H. Byers, Technology Ventures: From Idea to Enterprise, 2nd Ed. , 2007/2008, McGraw-Hill Education 2007	4
Richard,(2002), “The definitive business plan”, 2nd ed., Prentice Hall	1
Robert Hisrich, Michael Peters, “Entrepreneurship”, 5th edition, McGraw-Hill Irwin, 2001	1
RODRIGUES, Maria João (coord.), Para Uma Europa da Inovação e do Conhecimento - Emprego, Reformas Económicas e Coesão Social, 2000, Celta, Oeiras	1
Santos, A.J.R., Gestão Estratégica, Escolar Editora (2008).	1
Santos, J.,Wyisk, R. and Torres, J. M., Improving Production with Lean Thinking, John Wiley & Sons, Inc. (2008).	1
Sarkar, S. ;Empreendedorismo e Inovação, Escolar Editora, 2007	2
SARKAR, S., Empreendedorismo e Inovação, Lisboa, Portugal: Escolar Editora. 2010	3
Simões, V.C. e Dominginhos, P., em J. Gomes. M. Pina e Cunha e A. Rego (eds) (2006), 21 Temas e Debates para o Sé. XXI, pag. 38-67	1
Sistemas de Protección de la Innovación, Cartif, 2003.	1
Stutely, Richard,(2002), “The definitive business plan”, 2nd ed., Prentice Hall	1
Technology Ventures: From Ideia to Enterprise, 2nd Ed. , Richard Dorf and Thomas Byers, McGraw-Hill, 2007	1
TEIXEIRA, S. (2005), “Gestão das Organizações”, 2ª edição, McGraw-Hill, Lisboa.	1
TIDD, Joe, BRESSANT, John, PAVITT, Keith, Gestão da Inovação: Integração das Mudanças Tecnológicas, de Mercado e Organizacionais, 2003, Monitor, Lisboa	1
Tidd, Joe; Bessant, John and Pavitt Keith (2001), "Managing Innovation - Integrating Technological, Market and Organizational Change", 2nd Ed. , John Wiley &	1
Timmons, J. e Spinelli, S. (2007), “New venture Creation – Entrepreneurship for the 21st Century”, McGraw-Hill International	4

Venkataraman, S. (2002). Ten Principles of Entrepreneurial Creation. Batten Briefings, 1(1).	1
Vinturella, John B. / Erickson, Suzanne M., (2004) “Raising Entrepreneurial Capital”, Elsevier	2
Wheelen, T.L.; Hunger, J.D., Strategic Management and Business Policy, Pearson Education (2008).	1
Total:	179

No Séc. XXI verifica-se uma proporção entre autores nacionais e estrangeiros de 38% e 62%, respetivamente.

AUTORES/OBRAS LISTADAS MAIS VEZES

Autor / ano de publicação / nome da obra	f
Cardoso, Luís (2001). Gestão Estratégica das Organizações – Como Vencer Os Desafios Do Século XXI, Editorial Verbo, Lisboa.	4
Freire, A. (2005). Estratégia - Sucesso em Portugal, 10ª ed. Editorial Verbo, Lisboa.	4
Mullins, J. W. (2006). The New Business Road Test (2nd ed.): London: Prentice Hall.	4
Richard C. Dorf, Thomas H. Byers, Technology Ventures: From Idea to Enterprise, 2nd Ed. , 2007/2008, McGraw-Hill Education 2007	4
Sousa, A. (1999), “Introdução à Gestão – Uma Abordagem sistémica”, Lisboa, Edições Verbo	4
Teixeira, S. (1998) “Gestão das Organizações”, Lisboa, McGraw-Hill	4
Timmons, J. e Spinelli, S. (2007), “New venture Creation – Entrepreneurship for the 21st Century”, McGraw-Hill International	4
ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários (2006) “Manual de Apoio ao Plano de Negócios - Academia de Empreendedores”.	3
ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários (2006) “Plano de Negócios - Academia de Empreendedores”.	3
Coulter, M. (2003), “Entrepreneurship in action”, New Jersey, Prentice-Hall	3
DORNELAS, J. C. A., (2001) “Empreendedorismo: transformando ideias em negócios”. Rio de Janeiro: Campus.	3
Drucker, P. (1986), “Inovação e Gestão”, Editorial Presença	3
Drucker, P. (1992), “The new society of organizations”, Harvard Business Review, Set-Out 1992	3
Drucker, P. (1994), “The theory of the business”, Harvard Business Review, Set- Out 1994	3
Drucker, P. (1999), “Managing oneself”, Harvard Business Review, Mar-Abr 1999	3
DRUCKER, P.(2006) – Innovation and entrepreneurship. Collins.	3
Ferreira, M et al (2008), “Ser Empreendedor – Pensar, criar e moldar a nova empresa”, Lisboa, Edições Sílabo	3

FERREIRA, Manuel Portugal, SANTOS, João Carvalho, SERRA, Fernando Ribeiro, Ser Empreendedor: Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa, 2008, Edições Sílabo, Lisboa	3
Kotler, P. e Armstrong, G. (1995), “Principios de Marketing”, Prentice-Hall	3
Peters, T. (2004), “Reimagine! Business Excellence in a Disruptive Age”, Dorling Kindersley Publishers	3
Pink, D. (2005), “A whole new mind: How to thrive in the new conceptual age”, Londres, Cyan Books	3
Pinto, C. et al (2006), “Fundamentos de Gestão”, Lisboa, Editorial Presença	3
Robbins, S., (1998), ”Organizational Behaviour”, Londres, Prentice-hall International Editions	3
Saias, I., Carvalho, R. e Amaral, M. (1998), “Instrumentos fundamentais de Gestão Financeira”, Univ. Católica Editora, Lisboa	3
SARKAR, S., Empreendedorismo e Inovação, Lisboa, Portugal: Escolar Editora. 2010	3
Ahuja, G. e Lampert, C. (2001), “Entrepreneurship in the large corporation: A longitudinal study of how established firms create breakthrough inventions”, Strategic Management Journal, Vol. 22, pp. 521-543.	2
Antão, Mário Alexandre Guerreiro (2003). Estratégia empresarial – Conceitos, -processos e modelos de análise de decisão. Universidade Lusíada, Lisboa.	2
AVILLETZ, F., da SILVA, F., TRINDADE, C., AVILLETZ, F., SALEMA, J., PEREIRA, N., 2006. Planeamento da empresa agrícola – exercícios. Entidade gestora do programa AGRO.	2
Baranger et al (1993), Gestão, as funções da empresa, Edições Silabo.	2
Barros, Luís (1993). Strategor - Política Global da Empresa: Estratégia, Estrutura, Decisão e Identidade. Publicações Dom Quixote, Lisboa.	2
Birkley, Sue; Muzyka, Daniel F.(2000); “Mastering Entrepreneurship: The Complete MBA Companion in Entrepreneurship, Pearson Education Limited	2
BosmaN., Jones K., Autio E., Levie J;Global Entrepreneurship Monitor 2007, GEM, 2003 (disponível em www.gem.consortium.org)	2
Bygrave, William D.(1997), “The Portable MBA in Entrepreneurship”, 2nd Ed., John Willey & Sons Ltd.	2
CHIAVENATO, I. (1993), “Teoria Geral da Administração, Volume I”, 4ª edição, Makron Books do Brasil	2
CHIAVENATO, I. (1999), “Gestão de Pessoas – o novo papel dos recursos humanos nas organizações”, Editora Campus, Rio de Janeiro	2
CHIAVENATO, I. (2000), “Administração – Teoria, Processo e Prática”, 3ª edição, Makron Books, São Paulo.	2
Chiavenato, Idalberto, (1995), Vamos abrir um negócio?, Makron Books, São Paulo.	2
Colins, J. e Porras, J. (1996), “Building your company’s vision”, Harvard Business Review, September-October, pp. 65-77.	2
Costa H.,Ribeiro P.;Criação e Gestão de Micro-Empresas e Pequenos Negócios, LIDEL, 2005	2

COURTOIS, A., PILLET, M, MARTIN, C. (1997), “Gestão da Produção”, 4ª edição, Lisboa, Lidel Edições Técnicas.	2
Cruz, Eduardo (1998). Planeamento Estratégico – Um Guia Para a PME, 5ª Edição, Texto Editora, Lisboa.	2
Dees, G. (1998), “The meaning of ‘social entrepreneurship’”, Standford University.	2
Drucker, Peter (1997), "Inovação e Gestão", 4ª Ed. , Editorial Presença, Lisboa.	2
Drucker, Peter, (1999), Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios, Pioneira, São Paulo.	2
FIRMINO, M. B. (2002), Gestão das Organizações – Conceitos e Tendências atuais, Escolar Editora.	2
Gladman, Warren G. (May 2002), “Who wants to be an Entrepreneur?” Harvard Business Review on Entrepreneurship (The Harvard Business Review Paperback Series) (October 1999), Harvard Business School Press	2
Greve, A. e Salaff, J. (2003), “Social networks and entrepreneurship”, Entrepreneurship, Theoy & Practice, Vol. 28, pp. 1-22.	2
Guedes, Nuno Magalhães (1990). Casos portugueses de estratégia empresarial. Editorial Verbo, Lisboa.	2
Hisrich, R., Peters, M. E Sheperd, D.;Entrepreneurship, McGraw-Hill, 7ª Edição, 2007	2
Jones, Oswald / Tilley, Fiona, (2003),“Competitive Advantage in SMEs”, John Willey & Sons Ltd.	2
Lindon, D., Lendrevie, J., Levy, J., Dionisio, P., Rodrigues, J. - Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing. 10ª Edição, Lisboa: Publicações D. Quixote, 2004. ISBN: 972-20-2745-X.	2
Madureira, M. (1990), Introdução à Gestão, Biblioteca de Economia e Gestão, Publicações Dom Quixote, Instituto Superior de Gestão, Lisboa.	2
Martins, J. (2010), Gestão do Conhecimento: Criação e Transferência de Conhecimento, Sílabo.	2
Sarkar, S. ;Empreendedorismo e Inovação, Escolar Editora, 2007	2
Vinturella, John B. / Erickson, Suzanne M., (2004) “Raising Entrepreneurial Capital”, Elsevier	2

Entre os autores/obras listadas mais vezes, verifica-se uma proporção entre autores nacionais e estrangeiros de 38% e 62%, respetivamente.

Apêndice V – Objetivos (Categorias/verbos)

Categoria \ Verbo	Segmento textual (conteúdo)
OBJETIVOS\Avaliação\Selecionar	<i>Selecionar as melhores e mais adequadas opções para financiamento de negócios.</i>
OBJETIVOS\Avaliação\Selecionar	<i>Capacidade de identificar e selecionar os recursos fundamentais à criação da própria empresa, observando as necessidades nas diversas áreas, desde o marketing e vendas, finanças e aspetos da gestão de recursos humanos</i>
OBJETIVOS\Avaliação\resolver	<i>Capacidade de identificar e resolver os problemas que não são apresentados de forma estruturada, ou que apresentam configurações que não são familiares e de aplicar competências na resolução de problemas;</i>
OBJETIVOS\Avaliação\resolver	<i>Resolver problemas em equipa enquanto membro e enquanto líder;</i>
OBJETIVOS\Avaliação\interpretar	<i>Desenvolver capacidades que permitam ler e interpretar a informação contabilística de modo a analisar a situação económica e financeira das organizações hoteleiras;</i>
OBJETIVOS\Avaliação\interpretar	<i>Analisar e interpretar as tendências do mercado.</i>
OBJETIVOS\Avaliação\Explicar	<i>Explicar as principais mudanças que ocorrem no ambiente de marketing.</i>
OBJETIVOS\Avaliação\Explicar	<i>Explicar as fases das decisões de compra e do processo de adoção.</i>
OBJETIVOS\Avaliação\decidir	<i>Ser capaz de decidir entre soluções alternativas e compreender o papel da avaliação ao lidar com este tipo de soluções; e</i>
OBJETIVOS\Avaliação\escolher	<i>Capacidade de escolher e definir prioridades, dentro de recursos restritos e de organizar o trabalho de forma a cumprir prazos limite de entrega muito curtos (trabalho sob pressão); Capacidade de trabalhar em grupos e outras capacidades de interação;</i>
OBJETIVOS\Avaliação\avaliar	<i>Formular uma estratégia de negócio nos domínios das tecnologias e sistemas de informação e avaliar o potencial da mesma.</i>
OBJETIVOS\Avaliação\avaliar	<i>Para tanto, o aluno irá apreender as ferramentas que lhe permitirão avaliar o potencial de comercialização e geração de valor de ideias de negócio e as competências necessárias à transformação dessas ideias em negócios e empresas.</i>
OBJETIVOS\Avaliação\avaliar	<i>Perceber e avaliar os diferentes fatores que influenciam a inovação;</i>

OBJETIVOS\Avaliação\avaliar	<i>Analisar e avaliar as etapas do processo empreendedor</i>
OBJETIVOS\Avaliação\avaliar	<i>Elaborar e avaliar um plano de negócios.</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\Descrever	<i>Descrever as forças ambientais que afetam a capacidade da empresa.</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\Descrever	<i>Descrever as etapas de um processo de pesquisa em marketing.</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\Descrever	<i>Descrever a natureza do empreendedorismo, os processos e princípios inerentes e a prática atual.</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\Descrever	<i>Descrever ideias de negócio através de conceitos, propostas de valor e modelos de negócio.</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\identificar	<i>Compreender o ciclo de inovação e identificar as barreiras e riscos da inovação.</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\identificar	<i>Capacidade de identificar e resolver os problemas que não são apresentados de forma estruturada, ou que apresentam configurações que não são familiares e de aplicar competências na resolução de problemas;</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\identificar	<i>Identificar áreas de negócio e promover a criação do autoemprego</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\identificar	<i>Identificar as condicionantes ao desenvolvimento do empreendedorismo.</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\identificar	<i>Determinar como as empresas podem identificar os segmentos que permitirão criar o seu mercado</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\identificar	<i>Capacidade de identificar e selecionar os recursos fundamentais à criação da própria empresa, observando as necessidades nas diversas áreas, desde o marketing e vendas, finanças e aspetos da gestão de recursos humanos</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\definir	<i>Capacidade de escolher e definir prioridades, dentro de recursos restritos e de organizar o trabalho de forma a cumprir prazos limite de entrega muito curtos (trabalho sob pressão); Capacidade de trabalhar em grupos e outras capacidades de interação;</i>
OBJETIVOS\Conhecimento\definir	<i>Definir ideias de negócio de acordo com o potencial e a visão pessoal dos promotores.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\Selecionar	<i>Selecionar as melhores e mais adequadas opções para financiamento de negócios.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\Selecionar	<i>Capacidade de identificar e selecionar os recursos fundamentais à criação da própria empresa, observando as necessidades nas diversas áreas, desde o marketing e vendas, finanças e aspetos da gestão de recursos humanos</i>
OBJETIVOS\Compreensão\interpretar	<i>Desenvolver capacidades que permitam ler e interpretar a informação contabilística de modo a analisar a situação económica e financeira das organizações hoteleiras;</i>
OBJETIVOS\Compreensão\interpretar	<i>Analisar e interpretar as tendências do mercado.</i>

OBJETIVOS\Compreensão\identificar	<i>Compreender o ciclo de inovação e identificar as barreiras e riscos da inovação.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\identificar	<i>Capacidade de identificar e resolver os problemas que não são apresentados de forma estruturada, ou que apresentam configurações que não são familiares e de aplicar competências na resolução de problemas;</i>
OBJETIVOS\Compreensão\identificar	<i>Identificar áreas de negócio e promover a criação do autoemprego</i>
OBJETIVOS\Compreensão\identificar	<i>Identificar as condicionantes ao desenvolvimento do empreendedorismo.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\identificar	<i>Determinar como as empresas podem identificar os segmentos que permitirão criar o seu mercado</i>
OBJETIVOS\Compreensão\identificar	<i>Capacidade de identificar e selecionar os recursos fundamentais à criação da própria empresa, observando as necessidades nas diversas áreas, desde o marketing e vendas, finanças e aspetos da gestão de recursos humanos</i>
OBJETIVOS\Compreensão\Discutir	<i>Discutir como é que as empresas podem reagir ao ambiente de marketing.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\Discutir	<i>Os alunos serão ainda solicitados a discutir os tópicos que considerem relevantes para a promoção dos produtos desenvolvidos na disciplina de projeto e para elaborar um plano estratégico que demonstre as capacidades do Design no mercado.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\resolver	<i>Capacidade de identificar e resolver os problemas que não são apresentados de forma estruturada, ou que apresentam configurações que não são familiares e de aplicar competências na resolução de problemas;</i>
OBJETIVOS\Compreensão\resolver	<i>Resolver problemas em equipa enquanto membro e enquanto líder;</i>
OBJETIVOS\Compreensão\ilustrar	<i>Estudo de casos ilustrará as decisões e as ações utilizadas por empreendedores para explorar oportunidades.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\ilustrar	<i>Estudo de casos ilustrará as decisões e as ações utilizadas por empreendedores para explorar oportunidades.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\Explicar	<i>Explicar as principais mudanças que ocorrem no ambiente de marketing.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\Explicar	<i>Explicar as fases das decisões de compra e do processo de adoção.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\Descrever	<i>Descrever as forças ambientais que afetam a capacidade da empresa.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\Descrever	<i>Descrever as etapas de um processo de pesquisa em marketing.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\Descrever	<i>Descrever a natureza do empreendedorismo, os processos e princípios inerentes e a prática atual.</i>

OBJETIVOS\Compreensão\Descrever	<i>Descrever ideias de negócio através de conceitos, propostas de valor e modelos de negócio.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\definir	<i>Capacidade de escolher e definir prioridades, dentro de recursos restritos e de organizar o trabalho de forma a cumprir prazos limite de entrega muito curtos (trabalho sob pressão); Capacidade de trabalhar em grupos e outras capacidades de interação;</i>
OBJETIVOS\Compreensão\definir	<i>Definir ideias de negócio de acordo com o potencial e a visão pessoal dos promotores.</i>
OBJETIVOS\Compreensão\Construir	<i>Construir um modelo de comportamento de compra do consumidor.</i>
OBJETIVOS\Síntese\Projetar	<i>Projetar um processo de investigação científica ou desenvolvimento tecnológico.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Gerir o risco e desenvolver um plano de negócios onde se reflita os diferentes processos de inovação e de empreendedorismo.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade de análise da envolvente, na pesquisa de oportunidades e tendências, bem como a conceção de produtos e/ou serviços adequados às necessidades do mercado.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade de análise da envolvente, na pesquisa de oportunidades e tendências, bem como a conceção de produtos e/ou serviços adequados às necessidades do mercado.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Capacidade de analisar e desenvolver conclusões razoáveis para problemas estruturados e não estruturados através de um conjunto de informação disponibilizada e de informação adquirida pelo estudante;</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver o espírito empreendedor nos alunos.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver o espírito empreendedor nos estudantes.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver capacidades que permitam ler e interpretar a informação contabilística de modo a analisar a situação económica e financeira das organizações hoteleiras;</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade de liderança, inovação e relações interpessoais;</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Criar ou desenvolver um negócio específico.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Os objetivos da unidade curricular visam desenvolver nos alunos o espírito empreendedor e centram-se essencialmente nos seguintes pontos de aprendizagem:</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver nos alunos capacidades para serem inovadores.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver nos alunos capacidades para serem empreendedores.</i>

OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver apresentações eficazes e persuasivas de ideias de negócio tendo em vista potenciais parceiros e financiadores</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade empreendedora, tanto ao nível académico como empresarial;</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver uma atitude empreendedora e criativa, e de competências, que possibilitem a criação de autoemprego, promovendo o conceito de desenvolvimento sustentável;</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Espera-se desta forma desenvolver a capacidade de geração de ideias, desenvolver a criatividade e fomentar o empreendedorismo na área da engenharia informática.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver e consolidar os referidos conhecimentos e competências adquiridos pelos alunos e proporcionar uma efetiva ligação da teoria à prática.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver o espírito de inovação e iniciativa empresarial dos alunos.</i>
OBJETIVOS\Síntese\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade de análise da envolvente, na pesquisa de oportunidades e tendências, bem como a conceção de produtos e/ou serviços adequados às necessidades do mercado.</i>
OBJETIVOS\Síntese\organizar	<i>Capacidade de escolher e definir prioridades, dentro de recursos restritos e de organizar o trabalho de forma a cumprir prazos limite de entrega muito curtos (trabalho sob pressão); Capacidade de trabalhar em grupos e outras capacidades de interação;</i>
OBJETIVOS\Síntese\organizar	<i>Organizar e conduzir as tarefas relativas à organização de um evento;</i>
OBJETIVOS\Síntese\Formular	<i>Formular uma estratégia de negócio nos domínios das tecnologias e sistemas de informação e avaliar o potencial da mesma.</i>
OBJETIVOS\Síntese\Explicar	<i>Explicar as principais mudanças que ocorrem no ambiente de marketing.</i>
OBJETIVOS\Síntese\Explicar	<i>Explicar as fases das decisões de compra e do processo de adoção.</i>
OBJETIVOS\Síntese\estabelecer	<i>Ser capaz de, perante problemas técnicos múltiplos identificá-los e estabelecer uma ordem prioritária para a sua resolução;</i>
OBJETIVOS\Síntese\Elaborar	<i>Elaborar um plano de negócios.</i>
OBJETIVOS\Síntese\Elaborar	<i>Os alunos serão ainda solicitados a discutir os tópicos que considerem relevantes para a promoção dos produtos desenvolvidos na disciplina de projeto e para elaborar um plano estratégico que demonstre as capacidades do Design no mercado.</i>
OBJETIVOS\Síntese\Elaborar	<i>Elaborar um plano de negócios</i>
OBJETIVOS\Síntese\Elaborar	<i>Elaborar e avaliar um plano de negócios.</i>

OBJETIVOS\Síntese\Criar	<i>Criar um espírito empreendedor, motivar para a qualidade e criatividade, indispensáveis no setor hoteleiro.</i>
OBJETIVOS\Síntese\Criar	<i>Conhecer e compreender as vantagens e os inconvenientes de criar/possuir uma empresa.</i>
OBJETIVOS\Síntese\Criar	<i>Criar ou desenvolver um negócio específico.</i>
OBJETIVOS\Síntese\Criar	<i>Determinar como as empresas podem identificar os segmentos que permitirão criar o seu mercado</i>
OBJETIVOS\Síntese\Criar	<i>Descodifica o empreendedorismo como processo de criar algo de novo, assumindo os riscos e as recompensas.</i>
OBJETIVOS\Síntese\Construir	<i>Construir um modelo de comportamento de compra do consumidor.</i>
OBJETIVOS\Síntese\Conceber	<i>Conceber e implementar um projeto de criação de empresa.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\escolher	<i>Capacidade de escolher e definir prioridades, dentro de recursos restritos e de organizar o trabalho de forma a cumprir prazos limite de entrega muito curtos (trabalho sob pressão); Capacidade de trabalhar em grupos e outras capacidades de interação;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\Construir	<i>Construir um modelo de comportamento de compra do consumidor.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\Usar	<i>Usar os conhecimentos adquiridos como base de desenvolvimento de aplicações originais, eventualmente em contexto de investigação e em contexto de inovação e de empreendedorismo;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\resolver	<i>Capacidade de identificar e resolver os problemas que não são apresentados de forma estruturada, ou que apresentam configurações que não são familiares e de aplicar competências na resolução de problemas;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\resolver	<i>Resolver problemas em equipa enquanto membro e enquanto líder;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\organizar	<i>Capacidade de escolher e definir prioridades, dentro de recursos restritos e de organizar o trabalho de forma a cumprir prazos limite de entrega muito curtos (trabalho sob pressão); Capacidade de trabalhar em grupos e outras capacidades de interação;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\organizar	<i>Organizar e conduzir as tarefas relativas à organização de um evento;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\interpretar	<i>Desenvolver capacidades que permitam ler e interpretar a informação contabilística de modo a analisar a situação económica e financeira das organizações hoteleiras;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\interpretar	<i>Analisar e interpretar as tendências do mercado.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\ilustrar	<i>Estudo de casos ilustrará as decisões e as ações utilizadas por empreendedores para explorar oportunidades.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\ilustrar	<i>Estudo de casos ilustrará as decisões e as ações utilizadas por empreendedores para explorar oportunidades.</i>

OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Gerir o risco e desenvolver um plano de negócios onde se reflita os diferentes processos de inovação e de empreendedorismo.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade de análise da envolvente, na pesquisa de oportunidades e tendências, bem como a conceção de produtos e/ou serviços adequados às necessidades do mercado.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade de análise da envolvente, na pesquisa de oportunidades e tendências, bem como a conceção de produtos e/ou serviços adequados às necessidades do mercado.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Capacidade de analisar e desenvolver conclusões razoáveis para problemas estruturados e não estruturados através de um conjunto de informação disponibilizada e de informação adquirida pelo estudante;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver o espírito empreendedor nos alunos.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver o espírito empreendedor nos estudantes.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver capacidades que permitam ler e interpretar a informação contabilística de modo a analisar a situação económica e financeira das organizações hoteleiras;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade de liderança, inovação e relações interpessoais;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Criar ou desenvolver um negócio específico.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Os objetivos da unidade curricular visam desenvolver nos alunos o espírito empreendedor e centram-se essencialmente nos seguintes pontos de aprendizagem:</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver nos alunos capacidades para serem inovadores.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver nos alunos capacidades para serem empreendedores.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver apresentações eficazes e persuasivas de ideias de negócio tendo em vista potenciais parceiros e financiadores</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade empreendedora, tanto ao nível académico como empresarial;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver uma atitude empreendedora e criativa, e de competências, que possibilitem a criação de autoemprego, promovendo o conceito de desenvolvimento sustentável;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Espera-se desta forma desenvolver a capacidade de geração de ideias, desenvolver a criatividade e fomentar o empreendedorismo na área da engenharia informática.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver e consolidar os referidos conhecimentos e competências adquiridos pelos alunos e proporcionar uma efetiva ligação da teoria à prática.</i>

OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver o espírito de inovação e iniciativa empresarial dos alunos.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\desenvolver	<i>Desenvolver a capacidade de análise da envolvente, na pesquisa de oportunidades e tendências, bem como a conceção de produtos e/ou serviços adequados às necessidades do mercado.</i>
OBJETIVOS\Aplicação\aplicar	<i>Capacidade de identificar e resolver os problemas que não são apresentados de forma estruturada, ou que apresentam configurações que não são familiares e de aplicar competências na resolução de problemas;</i>
OBJETIVOS\Aplicação\aplicar	<i>Aplicar o Método CPS;</i>
OBJETIVOS\Análise\Selecionar	<i>Selecionar as melhores e mais adequadas opções para financiamento de negócios.</i>
OBJETIVOS\Análise\Selecionar	<i>Capacidade de identificar e selecionar os recursos fundamentais à criação da própria empresa, observando as necessidades nas diversas áreas, desde o marketing e vendas, finanças e aspetos da gestão de recursos humanos</i>
OBJETIVOS\Análise\ilustrar	<i>Estudo de casos ilustrará as decisões e as ações utilizadas por empreendedores para explorar oportunidades.</i>
OBJETIVOS\Análise\ilustrar	<i>Estudo de casos ilustrará as decisões e as ações utilizadas por empreendedores para explorar oportunidades.</i>
OBJETIVOS\Análise\identificar	<i>Compreender o ciclo de inovação e identificar as barreiras e riscos da inovação.</i>
OBJETIVOS\Análise\identificar	<i>Capacidade de identificar e resolver os problemas que não são apresentados de forma estruturada, ou que apresentam configurações que não são familiares e de aplicar competências na resolução de problemas;</i>
OBJETIVOS\Análise\identificar	<i>Identificar áreas de negócio e promover a criação do autoemprego</i>
OBJETIVOS\Análise\identificar	<i>Identificar as condicionantes ao desenvolvimento do empreendedorismo.</i>
OBJETIVOS\Análise\identificar	<i>Determinar como as empresas podem identificar os segmentos que permitirão criar o seu mercado</i>
OBJETIVOS\Análise\identificar	<i>Capacidade de identificar e selecionar os recursos fundamentais à criação da própria empresa, observando as necessidades nas diversas áreas, desde o marketing e vendas, finanças e aspetos da gestão de recursos humanos</i>
OBJETIVOS\Análise\Determinar	<i>Determinar os fatores associados ao êxito do empreendedorismo.</i>
OBJETIVOS\Análise\Determinar	<i>Determinar como as empresas podem identificar os segmentos que permitirão criar o seu mercado</i>

OBJETIVOS\Análise\analisar	<i>Capacidade de analisar e desenvolver conclusões razoáveis para problemas estruturados e não estruturados através de um conjunto de informação disponibilizada e de informação adquirida pelo estudante;</i>
OBJETIVOS\Análise\analisar	<i>Desenvolver capacidades que permitam ler e interpretar a informação contabilística de modo a analisar a situação económica e financeira das organizações hoteleiras;</i>
OBJETIVOS\Análise\analisar	<i>Analisar e avaliar as etapas do processo empreendedor</i>
OBJETIVOS\Análise\analisar	<i>Analisar e interpretar as tendências do mercado.</i>
OBJETIVOS\Análise\analisar	<i>Analisar os diversos comportamentos de compra do consumidor, no mercado de bens de grande consumo e no mercado industrial.</i>
OBJETIVOS\Análise\analisar	<i>Analisar a rentabilidade de projetos de investimentos.</i>
OBJETIVOS\Análise\analisar	<i>Analisar a viabilidade financeira de projetos de investimento.</i>
OBJETIVOS\Análise\analisar	<i>Recolher e analisar a informação necessária ao desenvolvimento do novo negócio.</i>
OBJETIVOS\Análise\analisar	<i>Analisar e interligar conhecimentos teóricos com casos práticos;</i>