



doi:10.14211/regepe.v6i2.563

## O “BÊ-Á-BÁ” DO ENSINO EM EMPREENDEDORISMO: UMA REVISÃO DA LITERATURA SOBRE OS MÉTODOS E PRÁTICAS DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Recebido: 10/02/2017

Aprovado: 19/06/2017

<sup>1</sup>Júlio Fernando da Silva  
<sup>2</sup> Roberto Patrus Mundim Pena

### RESUMO

A educação empreendedora é considerada essencial para o desenvolvimento econômico e social de um país. Por esse motivo, tem despertado o interesse de muitos pesquisadores nacionais e internacionais. A efetividade de tal educação está diretamente relacionada ao uso apropriado de métodos e estratégias de ensino capazes de instruir e preparar os estudantes com habilidades e conhecimentos necessários para a condução de novos negócios. Em vista disso, este ensaio teórico tem como objetivo identificar os principais métodos e práticas de ensino adequados à educação empreendedora, bem como os conceitos e as características do tema a partir da revisão da literatura. Para o alcance desse objetivo, realizou-se um levantamento bibliográfico em nível nacional e internacional nos principais periódicos relacionados ao tema entre os anos de 2005 a 2015. Para o desenvolvimento de pesquisas, percebeu-se a dificuldade de separar o papel da educação empreendedora de outros fatores que possam contribuir para a formação do empreendedor. Outro ponto que a revisão de literatura revela é a importância dos métodos ativos para essa formação, mas as pesquisas indicam também o uso de métodos passivos de aprendizagem. Logo, compreender a interação entre esses métodos no ensino do empreendedorismo parece ser um ponto importante da agenda de novas pesquisas na área.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Educação Empreendedora; Métodos de Ensino.

<sup>1</sup> Mestre em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC, Minas Gerais, Belo Horizonte, (Brasil). Professor do Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais da Pontifícia Universidade Católica - PUC, Minas Gerais - ICEG PUC Minas, Belo Horizonte. E-mail: [juliofs02@hotmail.com](mailto:juliofs02@hotmail.com)

<sup>2</sup> Doutor em Filosofia pela Universidad Complutense de Madrid - UCM (Espanha). Professor do Programa de Pós-Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PPGA/PUC Minas Gerais, Belo Horizonte, (Brasil). E-mail: [robertopatrus@pucminas.br](mailto:robertopatrus@pucminas.br)



## THE “ABC” OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION: A LITERATURE REVIEW ABOUT METHODS AND PRACTICES OF ENTREPRENEURIAL EDUCATION

### ABSTRACT

The entrepreneurial education is considered essential for the economic and social development of a country. For this reason, it has attracted the interest of many national and international researchers. The effectiveness of education is related to the appropriate use of methods and strategies of teaching systems of instruction and preparation of students with knowledge and skills to conduct new business. Therefore, this research aims to identify the primary methods and practices of teaching appropriate to conceive entrepreneur, as well as the concepts and the characteristics of the theme, by means of a literature review. To reach the objective, a bibliographical survey was realized at national and international level in the main periodicals related to the subject between the years 2005 to 2015. For the development of research, a difficulty was perceived: separate the entrepreneurial education's role from others factors that contribute to the entrepreneur's formation. Another point that a literature review reveals an evaluation of the methods for training, but research also indicates the use of passive methods of learning. Then, understanding the interaction between these methods in the teaching of entrepreneurship seems to be a major point of the agenda of new researchers in the area.

**Keywords:** Entrepreneurship; Entrepreneurial Education; Teaching Methods.



## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, considerado um fenômeno socioeconômico, tem alcançado cada vez maior posição de destaque mundial e ratificado sua relevância através da difusão de diversos estudos nas últimas décadas (Kakouris, & Georgiadis, 2016; Landström, Harirchi, & Aström, 2012; Tony, 2016; Vieira, Melatti, Negreiros, & Ferri, 2014). No Brasil, a consolidação de sua importância evidencia-se através do aumento do número de publicações e do crescimento do espaço destinado ao tema nos principais eventos de pesquisa e periódicos da área de administração (Filardi, Barros, & Fischmann, 2014).

Sendo considerado como uma possibilidade para o desenvolvimento econômico, os pesquisadores passaram a não apenas estudar o fenômeno relacionado ao empreender, mas também deram início a estudos referentes à educação empreendedora, que logo se multiplicaram em diversos periódicos destinados ao tema (Bakar, Islam, & Lee, 2015; Vieira, Melatti, Oguido, Pelisson, & Negreiro, 2013; Wadhvani, 2012).

A educação empreendedora vem sendo objeto de investigação de diversos autores à medida em que apresenta um papel fundamental no desenvolvimento da cultura empreendedora na sociedade contemporânea (Arasti, Falavarjani, & Imanipour, 2012; Mason, 2011). Ademais, o empreendedorismo mostra-se vital para a economia de um país, por auxiliar a instruir e preparar os indivíduos com habilidades e conhecimentos necessários, de modo a possibilitá-los perceberem obstáculos como oportunidades e aproveitarem-nas para criar novas empresas (Bakar et al., 2015; Mason, 2011).

A importância dessa categoria educacional é, em grande parte, relacionada às habilidades do professor e ao uso de métodos apropriados ao ensino do tema (Arasti et al., 2012). Por este motivo, Blenker, Elmholdt, Frederiksen, Korsgaard e Wagner (2014) destacam que a educação empreendedora é altamente heterogênea e deveria ser ensinada por meio de uma variedade de perspectivas teóricas e diversos métodos de ensino. Em vista disso, a implantação das aulas de empreendedorismo precisaria ser planejada e ministrada para fomentar uma ação desafiante, de modo a salientar a prática empreendedora dos acadêmicos (Saes, & Pita, 2007).



Tendo como base este contexto, o presente estudo tem por objetivo identificar os principais métodos e práticas de ensino adequados à educação empreendedora, bem como os conceitos e as características do tema, a partir de uma revisão de literatura sobre a temática. Para cumprir este objetivo, realizou-se um levantamento bibliográfico em nível nacional e internacional dos artigos publicados entre os anos de 2005 a 2015 nos principais periódicos relacionados ao tema.

Entre os periódicos nacionais utilizados, destacam-se a Revista de Administração Contemporânea (RAC) e a Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (REGPE). Já dentre os periódicos internacionais, ressaltam-se o “*Journal of Entrepreneurship Education, Entrepreneurship: Theory and Practice e Education + Training*”.

O presente artigo está estruturado em cinco seções. A segunda seção apresenta uma revisão acerca do empreendedorismo e suas principais abordagens, a terceira trata dos conceitos e características da educação empreendedora. A quarta seção busca identificar os principais métodos e práticas para o ensino do tema. Por fim, na última seção apresentam-se as considerações finais.

## **2 EMPREENDEDORISMO: CONCEITOS E ABORDAGENS**

O empreendedorismo como um campo de pesquisa vem crescendo significativamente desde a década de 1980 (Ladström et al., 2012). Diversos autores sob diferentes pontos de vistas têm discutido acerca do fenômeno empreendedor, responsável por alterar as atuais condições do mercado através de inovação e busca de oportunidades. No entanto, o estabelecimento de limites nesse tema de pesquisa ainda está longe de ser determinado (Verga, & Silva, 2014; Dornelas, 2015). Antes de se discutir a educação empreendedora é eminente a necessidade de conceituar empreendedorismo, em função de diferentes perspectivas presentes na literatura sobre o tema.

A expressão empreendedorismo, tradução da palavra inglesa *entrepreneurship*, foi derivada do latim *imprehender*, por volta do século XV, na qual significa tentar uma empresa laboriosa e difícil, ou ainda, colocar em execução (Cunha, 2004; Cruz Júnior, Araújo, Wolf, & Ribeiro, 2006). Em contrapartida, a palavra *entre-preneur* (empreendedor) tem origem francesa no século XII. Segundo Vérin



(1982), refere-se àquele que incentivava brigas. Já no século XVI era usada para caracterizar a pessoa que assumia responsabilidade e conduzia uma ação militar. Foi somente no final do século XVII e início do século XVIII que o termo passou a designar a pessoa que criava e conduzia projetos ou empreendimentos (Schmidt, & Bohnenberger, 2008).

Dessa maneira, o pensamento precursor sobre o fenômeno empreendedor é tão antigo quanto o desenvolvimento do intercâmbio e comércio na sociedade. Um exemplo desse fenômeno foi Marco Polo. Ele estabeleceu uma rota comercial para o Oriente no século XIII, assumindo o papel ativo no negócio e suportando todos os riscos físicos e emocionais advindos de tal tarefa (Hisrich et al., 2014). Todavia, o interesse dos cientistas sobre a definição de empreendedorismo manifestou-se somente a partir da evolução dos mercados econômicos (Landström et al., 2012).

Durante a Idade Média, o sistema feudal sofreu algumas transformações, principalmente em decorrência da ascensão das cidades e da classe dos comerciantes. Tais alterações contribuíram para o desenvolvimento do empreendedorismo, cujo participante ou administrador conduzia grandes projetos de produção usando os recursos disponíveis, sem a necessidade de correr riscos (Hisrich et al., 2014). Conseqüentemente, a atividade empreendedora expandiu ao longo dos séculos XVI a XVIII, fundamentada nas habilidades e conhecimentos experimentais, firmando-se como instrumento de descoberta de novas oportunidades comerciais e reparação de ineficiências (Murphy, Liao, & Welsch, 2006).

No que tange as abordagens do empreendedorismo, Fillion (1999) relata que a primeira concepção é a econômica, defendida por Cantillon (2002), Say (1816) e Schumpeter (1961), na qual caracteriza elementos peculiares aos agentes econômicos e evidencia seu papel na concepção de processos em gestão e tecnologia inovadora. Tal perspectiva confere ao empreendedorismo fator relevante ao desencadear processos de desenvolvimento econômico, associando o empreendedor à criatividade, à inovação e à capacidade de assumir riscos moderados (Schumpeter, 1961).

Isto posto, a segunda abordagem é a comportamental, centrada na figura de David McClelland (1971), responsável por introduzir a contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo (Fillion, 1999). Para esse autor, os empreendedores possuem características psicológicas que os diferenciam de outros



indivíduos, como os gerentes. Suas pesquisas revelaram que a alta necessidade de realização é o motivo mais forte para empreender. Pessoas com tal traço tendem a dedicar mais tempo a tarefas desafiadoras e moderadamente arriscadas, além de optarem por depender da própria habilidade para obter resultados (McClelland, 1971).

A terceira concepção do empreendedorismo confunde-se muito com a anterior e é denominada abordagem sociológica. Nessa abordagem, recorre-se aos pensamentos de Weber (1982), provenientes da sociologia, ao explicar a concepção e a singularidade do racionalismo ocidental e sua forma moderna. Para o autor, este tipo de pensamento é instaurado pela habilidade e disposição do homem em fazer uso de certos tipos de conduta racional prática, que são influenciados pelas forças religiosas e as ideias éticas neles alicerçados. Desse modo, a escolha da ocupação é decorrente dos traços mentais e espirituais adquiridos externamente, principalmente do tipo de educação recebida pelo indivíduo no âmbito familiar (Weber, 1982).

Vieira, Melatti e Ribeiro (2011) apresentam uma quarta abordagem do empreendedorismo, que o considera como um sistema aberto e dinâmico capaz de articular um aproveitamento melhor dos recursos materiais, sociais e cognitivos. Nessa perspectiva, denominada abordagem sistêmica, o empreendedor, a insatisfação e os recursos representam as entradas (*inputs*) que são transformadas e resultarão em inovação dotada de valor econômico (*output*). A retroalimentação (*feedback*) possibilita a adequação constante, bem como o equilíbrio dinâmico do sistema, dando significado às informações adquiridas com indicadores de desempenho e de satisfação do mercado (Ferreira, Ramos, & Gimenez, 2006).

Diante do contexto apresentado, cada abordagem sobre a evolução do empreendedorismo torna-se relevante para o entendimento do fenômeno de acordo com a época e o contexto em que foram propostas e estudadas, e também para o raciocínio da evolução e discussão do campo (Verga, & Silva, 2014; Vieira et al., 2011).

Dentre as diferentes definições presentes na literatura, o empreendedorismo é explicado por Gangwar e Vishwakarma (2013) como uma atividade dinâmica que auxilia o empreendedor a realizar mudanças e inovações no processo de produção de um produto ou serviço, de modo a satisfazer as necessidades dos clientes. Tal atividade é significativa à medida em que colabora com o desenvolvimento de um mundo melhor, através da contribuição para o crescimento econômico dos países e



da criação de conhecimentos e oportunidades (Hessels, 2007; Wiklund, Davidsson, Audretsch, & Karlsson, 2011).

Ao longo do tempo, o foco dos estudiosos sobre o fenômeno empreendedor evoluiu e se ampliou para ênfase na figura da pessoa empreendedora, a qual se tornou mais relevante que sua ocupação (Hisrich et al., 2014). Na contemporaneidade, acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso resulta de uma série de fatores internos e externos ao negócio (Dornelas, 2015). Assim, a educação empreendedora apresenta-se como um apoio à formação de melhores empreendedores, melhores empresas e maior geração de riqueza ao país.

### **3 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: ORIGEM E CARACTERÍSTICAS**

A educação empreendedora, também conhecida como educação em empreendedorismo ou ensino de empreendedorismo, vem ganhando destaque no campo acadêmico nas últimas décadas (Arasti et al., 2012; Naia, Baptista, Januario, & Trigo, 2015; Vieira et al., 2013;).

O ensino do tema emergiu nos Estados Unidos, em 1947, através do primeiro curso lecionado sobre o tema na Escola de Administração de Harvard, cujo objetivo era qualificar ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial para o mercado de trabalho, no tocante à geração do autoemprego (Katz, 2003; Vesper, & Gartner, 1997). Nas décadas subsequentes, a expansão dos cursos e a oferta de disciplinas nas universidades ocorreram lentamente nos Estados Unidos até o final dos anos 1970, em virtude da dependência financeira das universidades em relação às grandes empresas que financiavam pesquisas e eventos (Guimarães, 2002; Henrique, & Cunha, 2008).

A disseminação definitiva do ensino de empreendedorismo ocorreu na década de 1980 devido a críticas propagadas envolvendo lacunas na formação gerencial, bem como a introdução efetiva de disciplinas de empreendedorismo e o aumento de periódicos especializados sobre o tema (Henrique, & Cunha, 2008).

No Brasil, o ensino de empreendedorismo é bem mais recente se comparado ao norte-americano, em razão da industrialização tardia que apenas após 1950 expressou um progresso exponencial (Henrique, & Cunha, 2008). O primeiro curso



sobre o tema surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, por iniciativa do professor Ronald Degen, instaurado como uma disciplina do Curso de Especialização em Administração para Graduados (CEAG). Em 1984, foi estendido para a graduação sob o nome de “Criação de Novos Negócios - Formação de Empreendedores” (Dolabela, 2008).

Ao longo dos anos, o ensino de empreendedorismo foi inserido nos temas da administração como uma subárea, passando recentemente a ser estudado pelos acadêmicos como um campo específico (Henry, Hill, & Leith, 2005). Por esse motivo, tal campo ainda está em fase de formação e consolidação, entretanto, já apresenta um considerável crescimento e estabelecimento nos principais centros de graduação e pós-graduação de diversos seguimentos de formação, além da administração (Henrique, & Cunha, 2008).

Diversas universidades e escolas em todo o mundo têm iniciado uma educação específica voltada para o empreendedorismo (Dornelas, 2015). Nesse contexto, emergem os seguintes questionamentos: “o empreendedorismo pode ser ensinado? Como pode ser ensinado? O que deve ser ensinado? A instituição de ensino superior integra em sua missão esse objetivo?” (Nassif, Amaral, & Prando, 2012, p. 603).

Acredita-se cada vez mais que a capacidade empreendedora pode ser ensinada e entendida por qualquer pessoa, destituindo o entendimento de que tal habilidade seria inata ao ser humano (Dornelas, 2015; Yusoff, Zainol, & Ibrahim, 2015). Entretanto, Lautenschläger e Haase (2011) consideram que existem aspectos do empreendedorismo inviáveis de serem ensinados, tais como: criatividade, inovação, tomada de decisão, proatividade e propensão ao risco. Em vista disso, o estudo do empreendedorismo, bem como seus processos e metodologias de ensino dão ênfase à prática e a recursos mais dinâmicos, sendo um campo relativamente novo na comunidade acadêmica (Vieira et al., 2013).

A educação empreendedora consiste em um programa ou processo pedagógico com o intuito de desenvolver habilidades e atitudes empreendedoras que priorizam a integração entre estudantes, de modo a desenvolver atividades práticas e análise de casos reais (Cheung, & Au, 2010; Elmuti, Khoury, & Omran, 2012; Fayolle, Gailly, & Lassas-Clerc, 2006; Maritz, & Brown, 2013; Saes, & Pita, 2007). Knotts (2011) aponta que esse processo deve oferecer aos estudantes a oportunidade de





aprenderem através da experiência por meio de métodos que estimulem a exposição aos empreendedores de pequenas empresas e à comunidade local.

Tal processo de ensino tem como sustentação a aprendizagem baseada em problemas (abordagem de problemas para iniciar e motivar a aprendizagem de conhecimentos social e profissional: a aprendizagem experiencial), processos contínuos de ação e reflexão procedentes da experiência vivenciada, e as descrições práticas de situações, em que o aluno é constantemente incentivado a assumir responsabilidades e autodirigir o processo educacional (Seikkula-Leino, Satuvuori, Ruskovaara, & Hannula, 2015; Tony, 2016).

Nesse processo, a ênfase incide na experiência do mundo real através de uma aprendizagem autêntica constituída por atividades voltadas para ação e reflexão dos alunos, o que conduz a uma maior propensão a habilidades empreendedoras e, possivelmente, para um desempenho empresarial que beneficie os indivíduos e toda a sociedade (Kassean, Vanevenhoven, Liguori, & Winkel, 2015).

De modo sucinto, Dornelas (2015) evidencia que entre outros fatores, a educação empreendedora deve proporcionar aos estudantes o entendimento sobre o processo empreendedor, as habilidades empreendedoras necessárias, a constatação e análise de oportunidades e a identificação de fontes e obtenção de financiamento para o negócio.

Corroborando, Saes e Pita (2007), Bagheri e Pihie (2009) e Elmuti et al. (2012) ressaltam que tal ensino tem como objetivo preparar empreendedores com conhecimentos, habilidades e competências para enfrentarem os desafios de abertura, direção e expansão de negócios em diferentes ambientes de mercado.

Kassean et al. (2015) apontam que o sucesso da educação empreendedora depende principalmente da definição dos objetivos de aprendizagem e da compreensão das intenções dos estudantes para se criar um programa ou processo de ensino através de recursos que privilegiem a prática experimental. Sob um enfoque mais amplo, Zhang (2014) acredita que a educação empreendedora é considerada um processo e deve ser estabelecida através dos seguintes aspectos:

- a) Melhoria da cognição dos alunos sobre empreendedorismo: cultivo da capacidade de análise racional de acordo com as características dos alunos, bem como estímulo à criação de ideias e escolha do empreendedorismo como uma possibilidade de carreira;



- b) Ajuste da filosofia educacional dos professores: oferta de treinamentos a fim de melhorarem suas qualificações e habilidades, e também incentivá-los a mudança do modo de ensino tradicional puramente didático para um modo de ensino interativo;
- c) Realização de várias formas de treinamentos de empreendedorismo: os currículos dos cursos devem proporcionar aos estudantes, além dos conhecimentos teóricos, o desenvolvimento de habilidades empreendedoras por meio de várias formas de treinamentos, em que se priorizem as atividades práticas;
- d) Aprendizagem em equipe: a realização de atividades em equipe favorece a divisão do trabalho, discussão de ideias, tomada de decisões, desenvolvimento de habilidades interpessoais e proporciona aos estudantes o acúmulo de conhecimentos a curto prazo com um efeito melhor;
- e) Atenção reforçada aos estudantes: as universidades devem fornecer boas infraestruturas para a realização das atividades práticas, principalmente orientação de carreira que impulse o pensamento empreendedor dos estudantes.

Em relação ao conteúdo, as recomendações concentram-se nos temas referentes ao comportamento do empreendedor, resistência a riscos e incertezas, aquisição de conhecimentos teóricos sobre criação e gerenciamento de novos negócios, e habilidades em identificar e avaliar oportunidades (Guimarães, 2002). Quanto às habilidades requeridas no decorrer do processo de aprendizagem, os alunos devem desenvolver: a) habilidades técnicas (possuir *know-how* técnico), saberem escrever, ouvir, liderar e trabalhar em equipe; b) habilidades gerenciais (áreas envolvidas na criação, desenvolvimento e gestão da nova empresa), tais como marketing, finanças, produção, entre outras; e c) características pessoais, como disciplina, inovação, orientação a mudanças, persistência e propensão a assumir riscos (Dornelas, 2015).

Para o desenvolvimento efetivo de tais habilidades, os métodos de ensino devem ser voltados à ação, baseados na experiência e de caráter vivencial (Guimarães, 2002). As aulas devem ser ministradas por meio de ações que possibilitem a participação dos estudantes, de modo a desafiá-los através de trabalhos



práticos, mantendo contato com pessoas que já praticam o empreendedorismo (Saes, & Pita, 2007). Corroborando essa ideia, Cheung e Au (2010) ressaltam que as aulas de educação empreendedora não devem centrar-se em livros didáticos, mas permitir a experiência real dos estudantes por meio do contato com a realidade dos empreendedores.

De modo diferente do ensino convencional, na educação empreendedora, ensinar é algo além do que simplesmente transferir informações e conhecimentos (Saes, & Pita, 2007). A teoria é abordada sob outra perspectiva, através da aplicação à realidade, privilegiando as características do mercado e da economia locais (Dolabela, 2008). Tal aprendizagem deve combinar aulas teóricas em sala e atividades práticas fora do ambiente escolar, a fim de proporcionar um impacto significativo e uma experiência enriquecedora aos estudantes (Yusoff et al., 2015).

Nesse sentido, o ensino deve estimular a inovação e a criatividade dos estudantes através de interações, reflexões e atividades em ação, nas quais desenvolvam habilidades analíticas, sociais, inovadoras e de liderança (Elmuti et al., 2012). Hawtrey (2007) enfatiza que tal ensino precisa ser mais envolvente, no qual os estudantes devem aplicar os conceitos, resolver problemas e tomar decisões para situações da vida real, ao invés de simplesmente conviverem com as teorias em sala de aula. Logo, eles se tornariam os atores principais da aprendizagem, sendo capazes de definir e gerenciarem uma empresa, bem como o próprio destino profissional independentemente (Guimarães, 2002).

Ademais, invertem-se os papéis do professor e do aluno, sendo este último agente de geração de conhecimento individualizado, transmitindo os conhecimentos adquiridos à turma. Neste caso, o professor é responsável apenas por conduzir o processo de autoaprendizagem (Dolabela, 2008). Kuratko (2005) e Gerba (2012) ressaltam que para conduzir o processo com mais eficiência, os professores devem se tornar mais competentes no uso da tecnologia educacional e também expandir seus conhecimentos a fim de integrarem abordagens e técnicas inovadoras em suas aulas para o ensino de empreendedorismo. Dessa forma, o professor se torna um facilitador do processo de aprendizagem, responsável por orientar, coordenar e, sobretudo, apoiar os estudantes em direção ao controle da situação experimentada (Nielsen, & Stovang, 2015; Rahman, & Day, 2015; Seikkula-Leino et al., 2015).



Ao revisar sistemática na literatura nacional dos últimos anos acerca do tema educação empreendedora, especificamente em cursos de graduação em instituições de ensino superior, identificaram-se os estudos de Vieira et al. (2013), Rocha e Freitas (2014), Vieira et al. (2014) e Lima, Lopes, Nassif e Silva (2015).

Vieira et al. (2013) apontam que as práticas pedagógicas mais utilizadas para o ensino de empreendedorismo nas 135 IES investigadas são: aulas expositivas, casos de ensino e trabalhos em grupo. Cabe ressaltar que as aulas expositivas não podem ser a única prática pedagógica, sob o risco de comprometer a distinção entre educação tradicional e educação empreendedora feita por Dolabela (2008). A maioria dos respondentes considera a disciplina específica de empreendedorismo fundamental para a formação do administrador, afirmando que as características individuais necessárias ao empreendedor podem ser ensinadas e que não há uma disciplina específica mais importante para a educação empreendedora. Tal estudo objetivou identificar de que forma ocorre o ensino de empreendedorismo como atividade integrante dos projetos pedagógicos dos cursos de graduação em Administração no Brasil através da concepção dos coordenadores de colegiado ou de cursos.

Sob outra perspectiva, Rocha e Freitas (2014) mensuraram a aprendizagem do ensino de empreendedorismo em 407 estudantes universitários participantes e não participantes do processo de educação empreendedora matriculados no curso de Administração em IES localizadas na cidade de Fortaleza, Ceará. Para tal finalidade, os autores utilizaram as métricas de avaliação do perfil empreendedor compostas pelas dimensões: Autorrealização, Planejador, Inovador, Assume Riscos, Líder e Sociável, desenvolvidas por Schmidt e Bohnenberger (2009). Os resultados evidenciaram que o perfil empreendedor de estudantes que participaram do processo de educação empreendedora apresentou alterações em relação aos dos estudantes que não participaram, sendo tais alterações nas dimensões Autorrealização, Planejador, Inovador e Assume Riscos.

Já Vieira et al. (2014) compararam os resultados obtidos pelo levantamento mundial sobre o espírito empreendedor dos universitários *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* no contexto dos universitários brasileiros (GUESSS Brasil), com um levantamento realizado junto a 251 estudantes matriculados no curso de Administração da Universidade Estadual de Londrina (UEL),



no Paraná. Os autores constataram que os estudantes da UEL apresentam fortes características empreendedoras, bem como os discentes participantes do *GUESS* Brasil. Entretanto, existem barreiras para aplicação dessas características, principalmente no que se refere à falta de possibilidades, atividades de apoio ao empreendedorismo, como mentoria e *coaching*, e acesso ao capital financeiro.

Ao utilizar o instrumento de coleta de dados do estudo GUESS internacional, Lima et al. (2015) buscaram identificar formas de melhorar a educação superior em empreendedorismo, concentrando em 12.604 estudantes de 37 IES brasileiras interessados em terem seus próprios negócios. Os resultados mostram que a intenção de empreender e o nível de autoeficácia empreendedora são indiferentes à realização de disciplinas e atividades de educação em empreendedorismo cumpridas pelos estudantes. Em contrapartida, há relação positiva entre a intenção empreendedora e a demanda por educação em empreendedorismo, podendo ser usufruída como facilitadora do aperfeiçoamento de tal educação no Brasil. Por fim, os autores perceberam a necessidade de melhoria da educação em empreendedorismo no país, sendo essencial a busca da alta qualidade, com ênfase na prática e no contato com os empreendedores e seu mundo real. Ademais, apontam o papel relevante dos centros de empreendedorismo nas IES, responsáveis pela promoção de ambientes propícios à aprendizagem e ao desenvolvimento do empreendedorismo, com palestras, workshops, atividades práticas e de redes de relacionamento.

Logo, a educação empreendedora caracteriza-se como um processo que envolve o aprendizado de conhecimentos, habilidades, atitudes e qualidades de várias disciplinas, bem distinto do ensino de uma teoria (Lopes, 2010). Por esse motivo, deve-se viabilizar novos meios de ensino, que despertem nos estudantes maior criatividade e inovação através de práticas pedagógicas apropriadas para tal abordagem. Nesse sentido, é importante adequar os conteúdos e práticas de ensino mais apropriados para atingir os objetivos propostos, empregando outros métodos de aprendizagem, além do simples ensino tradicional (Henrique & Cunha, 2008).

Por esses motivos, a próxima seção será reservada para a apresentação dos principais métodos e práticas de ensino da educação empreendedora.



#### 4 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: MÉTODOS E PRÁTICAS DE ENSINO

A literatura nacional e internacional sobre tal concepção é heterogênea, composta por opiniões confluentes e divergentes sobre o uso de diversas práticas pedagógicas, tais como aulas expositivas, plano de negócios, casos de ensino, visita a empresas, atividades em grupo, entre outras (Arasti et al., 2012; Gerba, 2012; Henrique, & Cunha, 2008; Maritz, & Brown, 2013). Esta abundância de opções pedagógicas é fruto da peculiaridade da educação empreendedora, a qual necessita de métodos de ensino que desenvolvam as habilidades e técnicas empreendedoras nos estudantes através de experiências práticas durante a aprendizagem (Giovanela, Gouveia, Frâncio, & Dalfano, 2010; Knotts, 2011).

Tal prática deve estar ajustada ao objetivo da educação empreendedora, que visa não apenas transmitir conhecimentos teóricos, mas também habilidades, competências e incentivo para a escolha do empreendedorismo como carreira através de métodos inovadores de ensino (Gerba, 2012). Entretanto, apesar do anseio em promover e desenvolver esses métodos, ainda é bastante evidente o uso de práticas tradicionais na maioria das universidades em todo o mundo (Maritz, & Brown, 2013; Pittaway, & Edwards, 2012).

Yusoff et al. (2015) apontam que o processo de transformação em que a experiência de aprendizagem é maximizada deve centrar-se em um currículo baseado no conhecimento, no contexto teórico do empreendedorismo e na sala de aula, através de métodos e práticas, como palestras, *workshops* e casos para ensino, integrado à oportunidade de os alunos executarem os projetos propostos e aprenderem através da observação, experiência e/ou descoberta, por meio de métodos como simulações, jogos e plano de negócios.

Os principais métodos e práticas de ensino para a educação empreendedora sugeridos pela literatura são categorizados em duas abordagens de aprendizagem: passiva e ativa (Arasti et al., 2012; Gerba, 2012; Henrique, & Cunha, 2008; Kuratko, 2005; Maritz, & Brown, 2013; Mwasalwiba, 2010; Rocha, & Freitas, 2014; Yusoff et al., 2015), conforme mostra a Figura 1 a seguir.



<b>Métodos e Práticas</b>	<b>Descrição</b>
<b>Aprendizagem Passiva</b>	
Aulas Expositivas	Exposição do conteúdo, com a participação ativa dos estudantes, no qual o professor os levam a questionar, interpretar e discutir o objetivo de estudo, a partir do reconhecimento e do confronto com a realidade (Anastasiou, & Alves, 2012).
Casos para Ensino	Avaliação de uma situação ou identificação de um problema segundo um cenário verídico, em que os estudantes são requisitados a analisar os dados apresentados e propor soluções que façam sentido no contexto do mundo real (Swiercz, & Ross, 2003).
Seminários e Palestras com empreendedores	Discussão com empreendedores externos ao ambiente universitário sobre os sucessos e fracassos ocorridos na trajetória empreendedora, bem como as experiências de percepção e criação do negócio (Rocha, & Freitas, 2014).
<b>Aprendizagem Ativa</b>	
Visita a empresas	Participação dos alunos em visita a empresas, a fim de conhecer o funcionamento do mercado na vida real e visualizar a aplicação da teoria estudada (Rocha, & Freitas, 2014).
Plano de Negócios	Documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta empresa. É um processo de aprendizagem e autoconhecimento que permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios (Dornelas, 2015).
Incubadora de empresas	Ambientes providos de capacidade gerencial, técnica e infraestrutura para auxiliar o pequeno empreendedor (Martins, Fiates, Dutra, Leite, & Giarola, 2014). Tal ambiente proporciona aos alunos o desenvolvimento de múltiplas competências e a compreensão das etapas do ciclo de vida das empresas (Rocha, & Freitas, 2014).
Jogos Empresariais e Simulações	Atividades de tomada de decisões que envolvem um modelo de operação de negócios, no qual os estudantes assumem a função de administradores de uma empresa fictícia podendo assumir diversos papéis gerenciais, funcionais, especialistas e generalistas (Silva, Oliveira, & Motta, 2013).
Empresa Júnior	Organização sem fins lucrativos formada por estudantes de graduação com a finalidade de aliar teoria à prática, que contribui para a propensão empreendedora dos mesmos (Ferreira, & Freitas, 2013).
Projetos de Pesquisa e Extensão	Projetos e atividades que possibilitem a construção da habilidade de aprender coletivamente, dialogar, construir conhecimentos e aplicar os conceitos junto à comunidade (Rocha, & Freitas, 2014).

Figura 1: Principais métodos e práticas de ensino para a educação empreendedora.  
Fonte: Os autores, 2017.

O primeiro grupo de métodos e práticas é caracterizado pela experiência passiva em que os estudantes são menos influenciados aos atributos e habilidades



empreendedoras, tais como as aulas expositivas, os casos para ensino e os seminários e palestras com empreendedores.

No que tange as aulas expositivas, apesar do advento das novas tecnologias de comunicação aplicadas à educação, elas continuam sendo o método mais popular e o mais utilizado pelo professor universitário brasileiro (Gil, 2011; Plebani, & Domingues, 2009). Dentre os fatores que explicam a ampla utilização de tal método estão: a economia na preparação das aulas, a flexibilidade na utilização de múltiplos recursos visuais, a versatilidade pela possibilidade de ser empregada em diferentes cursos, a rapidez na forma como é apresentada e a ênfase no planejamento e na execução do conteúdo (Gil, 2011).

Contudo, esse método por si só não garante a efetividade da transmissão de conhecimentos e habilidades no processo de educação empreendedora. Cabe ao professor minimizar o empregado isolado e quando utilizá-lo dispor de diferentes formas de exposição, tais como: a) exposição-demonstração que é a ilustração da matéria ministrada com simuladores e outros recursos; b) exposição provocativa, é a promoção de questões que favoreçam a reflexão; e c) exposição-discussão, é o encorajamento dos estudantes para expressarem e discutirem seus pontos de vista (Gil, 2011; Lowman, 2007).

Já o método de casos para ensino é um instrumento didático considerado propício por diminuir a distância entre a sala de aula e as empresas. Pode também possibilitar aos estudantes uma participação ativa no processo de aprendizagem (Lourenço, & Magalhães, 2014). Seu objetivo é provocar uma reflexão sobre as decisões a serem tomadas de uma situação factível ou verídica. Logo, o uso como estratégia de ensino está associado ao incentivo à motivação, ao *feedback*, à participação ativa e à transferência de aprendizagem (Ikeda, Veludo-De-Oliveira, & Campomar, 2006). Todavia, o sucesso do método depende de sua adequação aos objetivos educacionais planejados, sendo essencial a seleção do tipo de caso que se adapta melhor na situação de ensino-aprendizagem em questão (Lourenço, & Magalhães, 2014).

Além das aulas expositivas e de casos para ensino, a realização de seminários e palestras com empreendedores atuantes também são considerados práticas pedagógicas adequadas à educação empreendedora. Tais práticas objetivam despertar maior interesse entre os estudantes com base nas experiências





empreendedoras dos empresários, bem como encorajá-los a correrem todos os riscos concretos e emocionais para abertura do próprio negócio. Ademais, elas são fundamentais para aprimorarem o potencial empreendedor não só de estudantes, mas também de pequenos empresários, uma vez que possibilita a inspiração de uma cultura mais inovadora e orientada para o mercado (Gonçalves Filho, Veit, & Monteiro, 2013).

Em relação ao segundo grupo, constatam-se os métodos de aprendizagem ativa baseados em ação, como: visita a empresas, plano de negócios, incubadoras de empresas, jogos empresariais e simulações, Empresa Júnior e projetos de pesquisa e extensão.

As visitas a pequenas e médias empresas são de extrema relevância para o estudante aprimorar o conhecimento adquirido em sala de aula, estabelecendo contato com empresários e, ao mesmo tempo, com o funcionamento prático de uma organização. Como mencionado, é uma ação complementar aos conceitos teóricos, em que os anseios dos estudantes são saciados na busca por *know-how* prático ao contexto escolar através do empenho e participação ativa durante a visitação (Lourenço, & Paiva, 2010). Desse modo, tal práxis contribui para a educação empreendedora ao incentivar o desenvolvimento da visão de mercado e a compreensão do andamento de uma organização (Rocha, & Freitas, 2014).

A respeito do plano de negócios, a criação desse documento é uma prática fundamental durante o processo de educação empreendedora, pois o aluno aprende a elaborar um plano detalhado sobre a sua ideia antes de colocá-la em prática. A elaboração do plano exige o cumprimento de algumas regras básicas, que permitem ao empreendedor usar sua criatividade e/ou o bom senso (Dornelas, 2015). Tais regras envolvem a integração de planos funcionais, como os de finanças, produção, *marketing* e recursos humanos (Hisrich et al., 2014).

Diferentemente de outros métodos e práticas, o plano de negócios não estimula a criação de uma empresa fictícia, nem simula ideias, uma vez que sua metodologia exige que o processo seja real e que contenha todos os desejos concretos do aluno. Devido à sua importância, essa prática vem se tornando uma disciplina regular em cursos de administração e de empreendedorismo no país, evidenciando, assim, a necessidade de se compreender a ideia do planejamento de uma empresa e disseminar seu conceito junto aos pequenos empresários (Dornelas, 2015).



As incubadoras de empresas, por sua vez, são ambientes favoráveis para a geração de negócios, instituídas em uma atmosfera propícia à implementação de iniciativas empreendedoras alicerçadas na inovação técnica ou social (Santos, & Moraes Filho, 2014). Elas proporcionam aos estudantes um aprendizado baseado na percepção das próprias fraquezas e da busca em minimizá-las, em que o contato com as empresas, áreas e empreendedores tão diferentes trazem uma real experiência de aprender tentando, errando e acertando. Concomitantemente em que se observam tais características positivas para os estudantes, constata-se também a falta de valorização à incubadora por parte das universidades e instituições mantenedoras, as quais poderiam potencializar esse valor para a comunidade e também explorá-la de diversas formas para o efetivo ensino de empreendedorismo (Fiala, & Andreassi, 2013).

Os jogos empresariais e simulações são reconhecidos como um método de ensino dinâmico, no qual os estudantes, ao analisar cenários, envolvem-se em um processo de tomada de decisão e recebem o feedback da simulação. Além disso, uma das principais vantagens de tal método para o ensino-aprendizagem em gestão é a possibilidade de visualizar o resultado das decisões e alterá-las em diferentes períodos de tempo simulados (Silva et al., 2013). Desse modo, possibilitam maior motivação dos estudantes, pois permitem um envolvimento intelectual, psicológico e emocional no processo de aprendizagem (Bonocielli Junior, Lopes, & Westphal, 2014). Logo, tais atividades são pertinentes ao desenvolvimento de atitudes empreendedoras à medida em que difundem conceitos de gestão, mercado, inovação e empreendedorismo aos estudantes. Entretanto, esse método não objetiva a substituição do ensino e o uso das teorias na sala de aula, mas proporciona uma alternativa pedagógica, um instrumento de experiência vivencial focado nas ações dos estudantes (Casagrande, Bornia, Casagrande, & Mecheln, 2014).

Sobre a Empresa Júnior, tal programa é constituído pela união de estudantes em cursos de graduação, organizados em uma associação civil com o objetivo de realizar projetos e serviços que cooperam para a formação de profissionais capacitados e, conseqüentemente, para o desenvolvimento do país (Ferreira, & Freitas, 2013). Nesse contexto, apresenta-se como um ambiente de aprendizagem organizacional onde os estudantes buscam relacionar os conhecimentos teóricos com



a prática, permitindo o desenvolvimento de habilidades e competências requeridas pelo mercado (Valadão Júnior, Almeida, & Medeiros, 2014).

Entretanto, vale ressaltar que a Empresa Júnior apresenta algumas limitações de acordo com os estudos de Ferreira-da-Silva e Pinto (2011) e Valadão Júnior et al. (2014), tais como a alta rotatividade dos estudantes membros que representa um obstáculo à consolidação de uma cultura de aprendizagem e a contribuição apenas para o desenvolvimento das competências técnicas, negligenciando o desenvolvimento das competências éticas dos estudantes. A fim de superar essas limitações, as universidades deveriam investir mais recursos e fomento nas Empresas Juniores e integrá-las como uma prática obrigatória nos currículos acadêmicos, de modo a favorecer a formação dos estudantes e alcançar o máximo de aproveitamento do aprendizado deles.

Por fim, ao participar de projetos de pesquisa e extensão nas universidades, os estudantes aproveitam a possibilidade de estarem desde cedo em contato direto com a produção científica, engajando-se em atividades de investigação do ambiente corporativo ou da sociedade em que estão inseridos. É uma fase de trabalho responsável, criativo e de produção de novos conhecimentos (Teixeira, Vitcel, & Lampert, 2008). No que tange à educação empreendedora, tais atividades favorecem a construção de habilidades para os estudantes atuarem em equipe, a ampliação da integração entre o saber e o fazer, a indução do processo de autoaprendizagem (Rocha, & Freitas, 2014) e, principalmente, a oportunidade de experimentarem o cotidiano da sociedade e testarem suas hipóteses.

Em vista disso, ao empregar métodos de ensino capazes de salientar a prática empreendedora dos estudantes, tal ação acarretaria não somente a formação de administradores para gerenciar grandes empresas, mas também pessoas providas de conhecimentos, aptas a abrirem o próprio negócio. Entretanto, para isso as IES devem viabilizar e aplicar métodos e práticas recomendadas que estimulem maior criatividade e inovação nos estudantes (Henrique, & Cunha, 2008).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo objetivou identificar os principais métodos e práticas de ensino adequados à educação empreendedora, bem como os conceitos e as



características do tema, a partir de uma revisão de literatura. Para isso, realizou-se um levantamento nos principais periódicos sobre administração em nível nacional, com destaque para a Revista de Administração Contemporânea (RAC) e para a Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (REGPE), e em nível internacional destacando-se os seguintes periódicos: “*Journal of Entrepreneurship Education, Entrepreneurship: Theory and Practice e Education + Training*”.

Constatou-se que a educação empreendedora tem como finalidade preparar empreendedores com conhecimentos, habilidades e competências para defrontarem os desafios de criação, condução e expansão de negócios. Para o desenvolvimento efetivo de tais habilidades é necessário ensinar de modo diferente da educação tradicional.

Na educação empreendedora as aulas teóricas devem combinar atividades práticas fora da sala de aula, de modo a estimular a inovação, criatividade, reflexões e ações que desenvolvam habilidades críticas, sociais e de liderança nos estudantes. Por esse motivo, recorre-se à prática baseada na experiência e de caráter vivencial, além da aprendizagem baseada em problemas, responsáveis por assegurarem uma educação autêntica com ênfase na experiência do mundo real.

Em relação aos métodos e práticas de ensino, a concepção dos autores converge para a utilização de métodos mais ativos de ensino, capazes de transmitir conhecimentos teóricos e, sobretudo, habilidades, competências e incentivo à prática empreendedora. Entretanto, destacam-se de um lado, os métodos e práticas centrados na experiência passiva, tais como: as aulas expositivas, os casos para ensino e os seminários e palestras com empreendedores. De outro lado, porém, verificam-se métodos de aprendizagem ativa baseados em ação, como: visita a empresas, plano de negócios, incubadoras, jogos empresariais e simulações, Empresa Júnior e projetos de pesquisa e extensão.

Logo, a educação empreendedora apresenta um papel fundamental no desenvolvimento da cultura empreendedora na sociedade e, por isso, é necessário investigar as características e os métodos de ensino adequados à compreensão do fenômeno do empreendedorismo e do processo de formação dos empreendedores. Nesse sentido, fica evidente o consenso da literatura sobre a inevitabilidade de aulas que estimulem maior criatividade, inovação, habilidades e técnicas empreendedoras



nos estudantes, por meio de métodos focados nas experiências práticas durante a aprendizagem.

A grande questão que essa revisão da literatura evoca é se de fato as aulas têm o poder de promover a formação de um empreendedor. Com certeza, deve haver outras variáveis preditoras para a formação empreendedora, para além da educação formal que se recebe na graduação. Para o desenvolvimento de pesquisas na área, fica como ponto de atenção a dificuldade de separar o papel da educação empreendedora de outros fatores que possam contribuir para a formação do empreendedor, como sua experiência, seu histórico de trabalho, sua família e outros.

Outro ponto que a revisão de literatura revela é a reflexão sobre o papel dos métodos passivos de aprendizagem na formação do empreendedor. A literatura aponta para a importância de métodos ativos, mas as pesquisas indicam também o uso de aulas expositivas. Compreender a interação entre os métodos passivos e ativos de aprendizagem no ensino do empreendedorismo parece ser um ponto importante da agenda de novas pesquisas na área. Parece certo que o empreendedor deve ser o responsável ativo por sua formação, assim como será do seu próprio negócio. Mas não está claro nas pesquisas revisitadas como os métodos passivos podem ser mesclados com os métodos ativos para contribuir com esse mister.

## REFERÊNCIAS

Anastasiou, L. G. C., & Alves, L. P. (2012). Estratégias de ensinagem. In Anastasiou, L. G. C., & Alves, L. P. (Orgs.). *Processos de ensinagem na universidade: pressupostos para as estratégias de trabalho em aula*. (10a ed.). (pp. 67-100). Joinville: Univille.

Arasti, Z., Falavarjani, M. K., & Imanipour, N. (2012). A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students. *Higher Education Studies*, 2(1), 1-10.

Bagheri, A., & Pihie, Z. A. L. (2009). Exploratory Study of Entrepreneurial Leadership Development of University Students. *European Journal of Social Sciences*, 11(1), 177-190.



Bakar, R., Islam, M. A., & Lee, J. (2015). Entrepreneurship Education: experiences in selected countries. *International Education Studies*, 8(1), 88-99.

Blenker, P., Elmholdt, S. T., Frederiksen, S. H., Korsgaard, S., & Wagner, K. (2014). Methods in entrepreneurship education research: a review and integrative framework. *Education + Training*, 56(8/9), 697-715.

Bonocielli Junior, S. G., Lopes, P. C., & Westphal, F. K. (2014). Ética empresarial e jogos de empresa: desenvolvimento de dilemas éticos e aplicação em simulador empresarial. *Revista Economia & Gestão*, 14(34), 58-85.

Cantillon, R. (2002). *Ensaio sobre a natureza do comércio em geral*. (F. G. Figueira, Trad.). Curitiba: Segesta Editora Ltda.

Casagrande, M. D. H., Bornaia, A. C., Casagrande, J. L., & Mecheln, P. J. V. (2014). Jogos de Empresas no Ensino da Contabilidade Tributária. *Contabilidade Vista & Revista*, 25(1), 34-58.

Cheung, CK., & Au, E. (2010). Running a small business by students in a secondary school: its impact on learning about entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 13, 45-63.

Cunha, R. A. N. (2004). A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, 28, Curitiba/PR.

Cruz Júnior, J. B., Araújo, P. C., Wolf, S. M., & Ribeiro, T. (2006). Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. *Revista de Ciências da Administração*, 8(15), 9-29.

Dolabela, F. (2008). *Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. Rio de Janeiro: Sextante.



Dornelas, J. C. A. (2015). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. (5a ed.). Rio de Janeiro: Empreende / LTC.

Elmuti, D., Khoury, G., & Omran, O. (2012). Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and ventures effectiveness? *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 83-98.

Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.

Ferreira, E. R. A., & Freitas, A. A. F. (2013). Propensão empreendedora entre estudantes participantes de empresas juniores. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 2(3), 3-32.

Ferreira, J. M., Ramos, S. C., & Gimenez, F. A. P. (2006). Estudo comparativo das práticas didático-pedagógicas do ensino de empreendedorismo em universidades brasileiras e norte-americanas. *Revista Alcance*, 13(2), 207-226.

Ferreira-da-Silva, R. C., & Pinto, S. R. R. (2011). Organização de aprendizagem em uma Empresa Júnior. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 12(1), 11-39.

Fiala, N., & Andreassi, T. (2013). As incubadoras como ambientes de aprendizagem do empreendedorismo. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 14(4), 759-783.

Filardi, F., Barros, F. D., & Fischmann, A. A. (2014). Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 13(3), 123-140.

Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. (M. L. Galizzi, P. L. Moreira, Trans.). *Revista de Administração*, 34(2), 6-28.



Gangwar, S., & Vishwakarma, M. S. K. (2013). Entrepreneurship. *International Journal on Research and Development: A Management Review*, 2(1), 85-87.

Gerba, D. T. (2012). The context of entrepreneurship education in Ethiopian universities. *Management Research Review*, 35(3/4), 225-244.

Gil, A. C. (2011). *Didática do ensino superior*. (4a ed.). São Paulo: Atlas.

Giovanela, A., Gouveia, A. B. C. T. de Frâncio, S., & Dalfano, O. (2010). As características da disciplina de empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior do Estado de Santa Catarina. *Revista Gestão Universitária na América Latina*, 3(1), 69-84.

Gonçalves Filho, C., Veit, M. R., & Monteiro, P. R. R. (2013). Inovação, estratégia, orientação para o mercado e empreendedorismo: identificação de clusters de empresas e teste de modelo de predição do desempenho nos negócios. *Revista de Administração e Inovação*, 10(2), 81-101.

Guimarães, L. O. (2002). Empreendedorismo no currículo dos cursos de Administração: uma análise da organização didático-pedagógica. *Revista Economia & Gestão*, 2(4/5), 78-95.

Hawtrey, K. (2007). Using experiential learning techniques. *Journal of Economic Education*, 38, 143-152.

Henrique, D. C., & Cunha, S. K. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(5), 112-136.

Henry, C., Hill, F., & Leith, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? part 1. *Education + Training*, 47(2), 98-111.





Hessels, S. J. A. (2007). Innovation and international involvement of Dutch SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4(3), 234-255.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2014). *Empreendedorismo*. (9a ed.). (F. A. Costa, Trad.). Porto Alegre: AMGH.

Ikeda, A. A., Veludo-de-Oliveira, T. M., & Campomar, M. C. (2006). O caso como estratégia de ensino na área de Administração. *Revista de Administração*, 41(2), 147-157.

Kakouris, A., & Georgiadis, P. (2016). Analysing entrepreneurship education: a bibliometric survey pattern. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 1-18.

Kassean, H., Vanevenhoven, J., Liguori, E., & Winkel, D. E. (2015). Entrepreneurship education: a need for reflection, real-world experience and action. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 21(5), 690-708.

Katz, J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, New York, 18(2), 283.

Knotts, T. L. (2011). The SBDC in the classroom: providing experiential learning opportunities at different entrepreneurial stages. *Journal of Entrepreneurship Education*, 14(1), 25-38.

Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577 -598.

Landström, H., Harirchi, G., & Aström, F. (2012). Entrepreneurship: exploring the knowledge base. *Research Policy*, 41(7), 1154-1181.



Lautenschläger, A., & Haase, H. (2011). The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities. *Journal of Entrepreneurship Education*, 14(1), 147-161.

Lima, E., Lopes, R. M. A., Nassif, V. M. J., & Silva, D. (2015). Ser seu próprio patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(4), 419-439.

Lopes, R. M. A. (2010). Referenciais para a educação empreendedora. In Lopes, R. M. A. (Org.), *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. (pp. 17-44). Rio de Janeiro: Elsevier.

Lourenço, A. A., & Paiva, M. O. A. (2010). A motivação escolar e o processo da aprendizagem. *Ciências & Cognição*, 15(2), 132-141.

Lourenço, C. D. S., & Magalhães, T. F. (2014). A sala de aula e as empresas: análise da produção e da utilização de casos para ensino em Administração. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 15(1), 11-42.

Lowman, J. (2007). *Dominando as técnicas de ensino*. (1a ed.). (H. O. Avritscher, Trad.). São Paulo: Atlas.

Maritz, P. A., & Brown, C. (2013). Illuminating the black box of entrepreneurship education programs. *Education + Training*, 2(3), 234-252.

Martins, C., Fiates, G. G. S., Dutra, A., Leite, A. L. S., & Giarola, P. G. (2014). Empreendedorismo inovador gerado pelas incubadoras de base tecnológica: mapeamento da produção científica até 2013. *Revista de Negócios*, 19(2), 86-108.

Mason, C. (2011). Entrepreneurship Education and Research: Emerging Trends and Concerns. *Journal of Global Entrepreneurship*, 1(1), 13-25.



McClelland, D. C. (1971). Entrepreneurship and Achievement Motivation. In Lengyel, P. (Ed.). *Approaches to the Science of Socioeconomic Development*. Paris: U.N.E.S.C.O.

Murphy, P. J., Liao, J., & Welsch, H. P. (2006) A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 2(1), 12-35.

Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training*, 52(1), 20-47.

Naia, A., Baptista, R., Januario, C., & Trigo, V. (2015). Entrepreneurship education literature in the 2000s. *Journal of Entrepreneurship Education*, 18(31), 111-136.

Nassif, V. M. J., Amaral, D. J., & Prando, R. A. (2012). A universidade desenvolve competências empreendedoras? Um mapeamento das práticas de ensino numa universidade brasileira. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 13(3), 597-597.

Nielsen, S. L., & Stovang, P. (2015). DesUni: university entrepreneurship education through design thinking. *Education + Training*, 57(8/9), 977-991.

Pittaway, L., & Edwards, C. (2012). Assessment: examining practice in entrepreneurship education. *Education + Training*, 54(8/9), 778-800.

Plebani, S., & Domingues, M. J. C. S. (2009). A utilização dos métodos de ensino: uma análise em um curso de Administração. *Revista Angrad*, 10(2), 53-72.

Rahman, H., & Day, J. (2015). Involving the entrepreneurial role model: a possible development for entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 18(1), 86-95.

Rocha, E. L. C., & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(4), 465-486.



Saes, D. X., & Pita, F. H. S. (2007). Empreendedorismo no ensino superior: uma abordagem teórica. *Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais*, 4(2), 33-41.

Santos, P. M., & Moraes Filho, R. A. (2014). Empreendedorismo na Incubadora da UFRPE: uma reflexão sobre empresas criadas por iniciativas de alunos e docentes. *Revista Organizações em Contexto*, 10(20), 371-406.

Say, J. A. (1816). *A treatise on political economy*. London: Sherwood.

Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2008). A efetividade das ações para promover o empreendedorismo: o caso da FEEVALE. *REAd. Revista Eletrônica de Administração*, 14(1), 1-27.

Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(3), 450-467.

Schumpeter, J. A. (1961). *Teoria do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura.

Seikkula-Leino, J., Satuvuori, T., Ruskovaara, E., & Hannula, H. (2015). How do Finnish teacher educators implement entrepreneurship education? *Education + Training*, 57(4), 392- 404.

Silva, S. S., Oliveira, M. A., & Motta, G. S. (2013). Jogos de empresas e método do caso: contribuições ao processo de ensino e aprendizagem em administração. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 14(4), 677-705.

Swiercz, P. M., & Ross, K. T. (2003, August). Rational, human, political, and symbolic text in Harvard Business School cases: a study of structure and content. *Journal of Management Education*, Thousand Oaks, 27(4), 407-430.



Teixeira, E. B., Vitcel, M. S., & Lampert, A. L. (2008). Iniciação científica: desenvolvendo competências e habilidades na formação do administrador. *Revista de Estudos de Administração*, 8(16), 115-144.

Tony, O. A. (2016). Entrepreneurship education: challenges and implications for educators in Higher Education Institutions. *International Journal of Information, Business and Management*, 8(2), 307-324.

Valadão Júnior, V. M., Almeida, R. C., & Medeiros, C. R. O. (2014). Empresa Júnior: espaço para construção de competências. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 15(4), 693-693.

Verga, E., & Silva, L. F. S. (2014). Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 3(3), 3-30.

Vérin, H. (1982). *Entrepreneurs, enterprises: histoire d'une idée*. Paris: Presses Universitaires de France.

Vesper, K. H., & Gartner, W. B. (1997). Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, New York, 13(1), 403.

Vieira, S. F. A., Melatti, G. A., & Ribeiro, P. R. (2011). O Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração: um estudo comparativo entre as universidades estaduais de Londrina e Maringá. *Revista de Administração da UFSM*, 4(2), 288-301.

Vieira, S. F. A., Melatti, G. A., Negreiros, L. F., & Ferri, C. M. (2014). A visão dos estudantes universitários de Administração sobre empreendedorismo: comparações entre o Estudo Guesss Brasil 2011 com o levantamento realizado na Universidade Estadual de Londrina- PR. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 3(3), 77-103.



Vieira, S. F. A., Melatti, G. A., Oguido, W. S., Pelisson, C., & Negreiros, L. F. (2013). Ensino de empreendedorismo em Cursos de Administração: um levantamento da realidade brasileira. *Revista de Administração FACES Journal*, 12(2), 93-114.

Wadhvani, R. D. (2012). How Entrepreneurship Forgot Capitalism: entrepreneurship teaching and research in business schools. *Journal of Society*, 49(3), 223-229.

Weber, M. (1982). *Ensaio de Sociologia*. (5a ed.). (W. Dutra, Trad.). Rio de Janeiro: LTC.

Wiklund, J., Davidsson, P., Audretsch, D. B., & Karlsson, C. (2011). The future of entrepreneurship research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(1), 1(9).

Yusoff, M. N. H. B., Zainol, F. A., & Ibrahim, M. D. B. (2015). Entrepreneurship Education in Malaysia's Public Institutions of Higher Learning: a review of the current practices. *International Education Studies*, 8(1), 17-28.

Zhang, M. (2014). Study on Enterprise Education System for Undergraduates in Universities. *Higher Education Studies*, 4(6), 58-61.