

**RESENHA****POR QUE E COMO ESTIMULAR A MENTALIDADE EMPREENDEDORA E A CRIATIVIDADE EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS?****REVIEW****WHY AND HOW TO STIMULATE ENTREPRENEURIAL MENTALITY AND CREATIVITY IN UNIVERSITY STUDENTS?**

**Laryssa Rodrigues de Jesus<sup>1</sup>**  
**Ademir Ribeiro Predes Junior<sup>2</sup>**  
**Marcello Vinicius Doria Calvosa<sup>3</sup>**

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ, Seropédica, Brasil

**RESUMO**

Resenhas são ótimos instrumentos científicos ágeis e analíticos para produzir, socializar e compartilhar materiais de estudo instrutivos para os ambientes acadêmicos e profissionais, destacando pontos principais de uma obra, economizando recursos de seus leitores. Uma resenha acadêmica e crítica visa interpretar uma publicação científica com o objetivo de gerar discussões, *insights*, ponderações ou uma decisão de leitura (Calvosa, 2022). Assim, uma resenha poderá apresentar uma obra para o público, para esse decidir se a quer consumir ou não. Outro objetivo de uma resenha é mostrar pontos de vista ou aplicabilidades que o leitor, em sua primeira leitura, não fora capaz de compreender. É uma contribuição do entendimento do impacto que a obra causou ao resenhista. Uma resenha bem escrita busca alcançar um perfil de imparcialidade e de neutralidade (Calvosa, 2021; 2020). No atual objeto de estudo, a obra resenhada foi o artigo científico: *Light Bulb Moments: where do student entrepreneurs get their ideas*, dos autores Stern Neill e Mark Bieraugel, publicado no renomado periódico científico internacional *Journal of Marketing Education*.

**Palavras-chave:** Marketing Empreendedor, Ideação-ambiente, Criatividade.

**ABSTRACT**

Reviews are great agile and analytical scientific tools for producing, socializing and sharing instructive study materials for academic and professional environments, highlighting the main points of a work, saving resources for its readers. An academic and critical review aims to interpret a scientific publication with the aim of generating discussions, insights, considerations or a reading decision (Calvosa, 2022). Thus, a review can present a work to the public, so they can decide whether they want to consume it or not. Another objective of a review is to show points of view or applicability that

<sup>1</sup>Bacharel em Administração - UFRRJ. Pesquisadora do Grupo de Pesquisas GeCaPEP. Analista na Associação Paulista para o Desenvolvimento da Medicina – SPDM. E-mail: laryssa.r.jesus@gmail.com.

<sup>2</sup>Mestre em Gestão e Estratégia - PPGE / UFRRJ. Pesquisador do Grupo de Pesquisas GeCaPEP. Servidor Técnico-Administrativo - UFRRJ. Tutor EaD do curso Adm.CEDERJ / UFRRJ. E-mail: ademirpredes@ufrj.br.

<sup>3</sup>Mestre em Gestão e Estratégia em Negócios - PPGEN/UFRRJ (2006). Doutor em Administração - FEA/USP (2011). Atualmente é Professor Associado no curso de Administração de Empresas (2003-atual) e Coordenador de Projetos e de Extensão do DCAAd (2018-atual) na UFRRJ. E-mail: mvcalvosa@yahoo.com.br.

the reader, on their first reading, was not able to understand. It's a contribution to understanding the impact that the work had on the reviewer. A well-written review seeks to achieve a profile of impartiality and neutrality (Calvosa, 2021; 2020). In the current object of study, the work reviewed was the scientific article: Light Bulb Moments: where do student entrepreneurs get their ideas, by authors Stern Neill and Mark Bieraugel, published in the renowned scientific journal international Journal of Marketing Education.

**Keywords:** Entrepreneurial Marketing, Ideation-environment, Creativity.

## RESENHA DA OBRA:

NEILL, S.; BIERAUGEL, M. Light Bulb Moments: where do student entrepreneurs get their ideas. **Journal of Marketing Education**, v. 45, n. 3, p. 268-277, 2023. <https://doi.org/10.1177/02734753231166710>

Sobre os autores do artigo resenhado, Stern Neill possui graduação em Jornalismo pela *Louisiana State University* - LSU (EUA) e MBA pela *Southeastern Louisiana University* (EUA). Ainda obteve um Ph.D. em Administração de Empresas pela LSU (EUA). Ele trabalha como professor de Marketing associado da *Cal Poly Orfalea College of Business* (EUA). O segundo autor, Mark Bieraugel, é bibliotecário de negócios pela *California Polytechnic State University* (EUA). Atualmente, fornece consultoria especializada em todas as áreas de negócios no departamento acadêmico da *Orfalea College of Business* (EUA).

A obra original ajuda a instruir e a aplicar um conceito emergente e de fronteira do conhecimento em Ciências Sociais Aplicadas, sobre o tema “oportunidades empreendedoras”. Esse tema também tem despertado interesse de autores contemporâneos nacionais (Alvarenga *et al.*, 2024; Fernandes *et al.*, 2022; 2021; Queiroz *et al.*, 2023; Leite *et al.*, 2022; Penha *et al.*, 2013; Almeida *et al.*, 2010; Freitas, 2008). O objetivo da pesquisa foi investigar a abrangência do conceito de ideação no contexto do empreendedorismo, destacando a importância do ambiente externo na geração e no desenvolvimento de ideias empreendedoras. Naquela ocasião, os autores promoveram uma survey, na qual foram analisados 21 estudantes universitários, participantes de um programa de incubadora no campus de uma universidade na costa oeste norte-americana. Para isso, suposições sobre as influências que os fatores externos exercem sobre estudantes empreendedores foram definidas. Neste ponto, para facilitar a compreensão do estudo para os leitores, torna-se necessária a elucidação de dois dos conceitos principais. São eles:

Ideação-ambiente e Cognição Situada. Cardoso (2014, p.73) apresenta o conceito de Ideação da seguinte maneira:

A ideação (...) representa práticas para se incentivar intencionalmente a concepção de ideias aplicadas a um determinado contexto, passando desde a seleção das fontes de dados a serem contemplados até atividades que visem estimular a conexão de pequenos fragmentos para consubstanciar ideias.

**Ideação-ambiente**, por aproximação, poderá ser compreendida como práticas estimuladas e utilizadas em determinado ambiente com o objetivo de incentivar concepções de pensamentos, ideias e sugestões, para oferecer uma proposta pontual e aplicada para a solução de uma questão vigente. Enquanto, a cognição significa a capacidade que o indivíduo possui de adquirir conhecimento e desenvolver emoções, levando em consideração sua capacidade de raciocinar, ao ser estimulado por uma estrutura que conceba e motive uma ideação-ambiente. Nas palavras de Nassif (2019, p.19), as **Possibilidades Cognitivas** podem ser definidas como:

Experiências [que em um indivíduo] residem tanto na sua determinação estrutural e biológica, que se modifica continuamente, quanto nas suas interações com o meio. (...) relaciona-se com o fato de que aquilo que o sujeito conhece, as experiências que vivencia e os resultados das experiências têm uma relação intrínseca com as emoções.

Em relação à análise acadêmica da obra original, a sua estrutura parece ser lógica e capaz de gerar fácil compreensão ao leitor final. Apesar da utilização de conceitos e uma taxonomia pouco conhecida em Ciências Sociais Aplicadas, pelo menos, como circulante na comunidade acadêmica, em língua portuguesa. Por isso, no parágrafo anterior, a preocupação dos autores em conceituar tais expressões. Contudo, não é novidade que diferenças culturais e científicas significativas podem existir entre publicações em língua inglesa e em língua portuguesa (Calvosa, Ferreira, 2023; 2021).

Na parte inicial do trabalho, os autores contextualizam as razões pelas quais o tema deve ser investigado, pontuando o ganho em se buscar direcionamento em um ambiente incerto (Predes Junior *et al.*, 2024, Franco, 2023). Na seção *Conceptual Framework*, uma estrutura conceitual idealizada é proposta. O que torna interessante o percurso escolhido para explicar o conceito de empreendedorismo, abordando a criatividade como um fator treinável (i.e, uma habilidade), com potencial para desenvolver ideias criativas e, conseqüentemente, sucesso para um

empreendedor (Vilas Boas *et al.*, 2024; 2023; Melo Franco *et al.*, 2023). Segundo Silva e Oliveira (2009), o sucesso de um empreendedor não depende exclusivamente de seu árduo trabalho, ideias ou sorte. É necessário o conhecimento daqueles que possuem o intuito de comandar seu próprio negócio. Essa seção termina com a relação entre a interação do indivíduo empreendedor e o ambiente, sugerindo que o cenário externo poderá influenciar na cognição de um empreendedor, apesar de motivações internas serem características mais intrínsecas desse tipo de comportamento (Calvosa, 2019; 2013).

Um ponto interessante da pesquisa foi o estudo sobre a influência do contexto externo sob indivíduos caracterizados como empreendedores natos. O estudo é feito tendo por base as perspectivas filosóficas de dois conceitos japoneses de espaço e uso do espaço: “ba” e “ma”, nos quais “ba” representa o espaço compartilhado para criação e “ma” representa as aberturas espaciais e temporais que são reflexivas. Por meio desse *framework* é possível observar as relações de interação entre os alunos - objeto do estudo - e o ambiente ao seu redor. As hipóteses da pesquisa são registradas na Figura 1. Na seção Método, o caminho de pesquisa se propõe a examinar “ba” e “ma”, fazendo uso do experimento mencionado com os 21 alunos, pelo período de 3 semanas.

Os estudantes avaliaram cada item em uma escala móvel de 0 a 100. Após a coleta de dados, o artigo expõe ao leitor uma discussão sobre o papel das incubadoras para o aceleração de empreendimentos. Após considerações, a seção Resultados é apresentada ao leitor. Ela possibilita um resgate aplicado dos conceitos trazidos no início do trabalho. E destaca a relevância da criação de ambientes propícios e colaborativos para os “educadores de marketing” e demais indivíduos interessados no tema empreendedorismo. Interessante notar que o exercício e a aplicabilidade desses elementos sociais podem ser adotados na realidade de sala de aula ou em ambientes empresariais, gerando oportunidades, bem-estar, desafios interessantes ao processo de ensino-aprendizagem ou em simulações gerenciais (Almeida *et al.*, 2023; Mendonça de Souza *et al.*, 2023; Silva *et al.*, 2022; Silva *et al.*, 2011; Shiose *et al.*, 2012; Aparício *et al.*, 2011; 2009).

Para a melhor compreensão do objeto de pesquisa, os autores trazem a importância e aplicação do tema dentro de duas óticas: Implicações Teóricas e

Implicações Pedagógicas. Em síntese, as Implicações Teóricas dispõem sobre as direções possíveis para futuros pesquisadores que desejam explorar a teoria sobre espaço de criatividade empreendedora, por meio de vias adicionais de investigação, que podem ser incluídas em novas pesquisas investigativas. Nas Implicações Pedagógicas, os autores remetem à importância da revisão e atualização do tema para os profissionais educadores de marketing, com objetivo de melhor potencializar os resultados e gerar novos *insights*. Observa-se nesses tópicos a abrangência do tema, bem como as diversas possibilidades de aplicações do estudo em diferentes ambientes. Como laboratório de aprendizado, a graduação parece ser o local ideal para estimular o espírito empreendedor, fornecendo a base teórica e prática fundamental para preparar os indivíduos para as exigências do mercado e para os desafios de carreira (Martins, 2024; Calvosa; Krakauer, 2022; Fontenele *et al.*, 2015; Melo *et al.*, 2009; Lima *et al.*, 2008).

Sobre os elementos gráficos do trabalho, autores elaboraram tabelas para a melhor compreensão do leitor sobre as etapas utilizadas na pesquisa. A Tabela 1 mostra o domínio conceitual e os itens operacionais para o conceito de empreendimento “ba” e “ma”. As Tabelas 2 e 3 trazem as estatísticas e as estimativas do modelo aplicado, proporcionando aos leitores uma compreensão mais aprofundada sobre as diferentes fontes de inspiração que colaboram na geração de ideias nos estudantes-empresendedores analisados.

A Tabela 2 traz as seis dimensões categorizadas como fonte de ideias, mensuradas por meio das variáveis: empreendimento; social; cognitivo; informativo; estrutural e liminares. E explica a importância que os estudantes atribuem a cada uma delas. A Tabela 3 mostra as estimativas do modelo, apresentando os resultados de uma análise de regressão, com a comparação entre três modelos estatísticos, possivelmente, a parte mais densa da obra original. De maneira geral, as tabelas são fundamentais para a compreensão do leitor sobre a preposição do *framework*, pois permitem que o leitor compreenda os elementos essenciais, fazendo referência aos autores e aos estudos anteriores.

Em uma visão crítica, temas como esse, relevantes e enriquecedores, podem ajudar a incentivar a criação de espaços para fomentar a criatividade dentro das empresas, de forma prática. E uma atitude organizacional desse porte poderá estimular a mentalidade empreendedora e o empreendedorismo interno. Por isso, poderá motivar o debate e a reflexão sobre as estratégias de avanço e ideação que

podem ser utilizadas com propósito de crescimento empresarial, envolvendo movimentos de gestão, de participação social, de liderança estratégica e de disseminação de uma cultura valorização de opiniões e de inovações (Nogueira *et al.*, 2024; Januário *et al.*, 2024; Carvalho *et al.*, 2021; Ossola *et al.*, 2020; Correia *et al.*, 2010; 2005; Souza Neto *et al.*, 2008; 2006; Santana *et al.*, 2007).

O artigo resenhado poderá ser útil nos espaços acadêmicos e em fóruns empreendedores, em especial, aos alunos de Administração ou Ciências Sociais Aplicadas (Alvarenga *et al.*, 2024; Xavier *et al.*, 2012). O tema empreendedorismo tem se mostrado, de acordo com a ênfase recente e a elaboração de PPCs – Projetos Pedagógicos de Curso reformulados em cursos de Administração, como quarto pilar na formação acadêmica plena de graduandos em ciências administrativas, ao lado do ensino, da pesquisa científica e da extensão universitária (Fortunato *et al.*, 2024; Almeida *et al.*, 2024; Batista *et al.*, 2022; Calvosa 2008). Dessa forma, o empreendedorismo, como tema de estudo e como atividade prática, possui interesse e relevância para os desafios da formação do ensino de graduação. Quando alinhado à concepção da necessidade de espaço e uso do espaço, “ba” e “ma”, como visto no texto original, esse conteúdo poderá receber componentes de acolhimento e de pertencimento por parte da comunidade acadêmica, na formação do ensino EaD, como desafios inerentes (Almeida *et al.*, 2024; Fortunato *et al.*, 2024). E em aplicações organizacionais, na busca pelo desenvolvimento dos temas inovação, mercados digitais, criação de novos negócio, possíveis em diversas esferas de atuação profissional, segmentos e interesses institucionais (Abreu *et al.*, 2024; Macedo *et al.*, 2024; Ferreira *et al.*, 2024; 2021; Cardoso *et al.*, 2022; Queiroz *et al.*, 2022; 2021; Dolor dos Santos, 2020; Bezerra *et al.*, 2012).

A educação empreendedora tem o potencial e a capacidade para preparar e orientar os estudantes de graduação e de pós-graduação, para um papel protagonista, de destaque acadêmico e profissional. E para colaborar com a criação de uma visão capaz de compreender as oportunidades e promover a criação de espaços de compartilhamento entre alunos e professores, que estimulem o desenvolvimento de habilidades com resolução de problemas. Ou seja, que motivem a aplicação de ideação-ambiente e componentes cognitivos. Ambientes preparados e idealizados para se aplicar e fazer circular o pensamento crítico e a criatividade, nas instituições, no ambiente de ensino, na projeção de carreira e no mercado de

trabalho (Leite *et al.*, 2024; Almeida *et al.*, 2024; Santos Fortunato *et al.*, 2024; Calvosa *et al.*, 2024; 2023; Krakauer *et al.*, 2020; Machado *et al.*, 2010; 2006).

## REFERÊNCIAS

ABREU, A. *et al.* A Gestão de Pessoas na Era da Informação: uma análise crítica do impacto das transformações digitais na gestão de talentos. **Revista Eletrônica e-Fatec**, v. 14 n. 3, 2024.

ALMEIDA, A. *et al.* Estudantes do Ensino Superior: inseguranças e questionamentos em seu desenvolvimento de carreira. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 15, n. 1, 2024.

ALMEIDA, A. *et al.* Oportunidades, Vantagens e Desafios do Ensino a Distância: percepções de estudantes de Administração do Rio de Janeiro. *In: 35º ENANGRAD - Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração*, On-line, 2024.

ALMEIDA, M. *et al.* Análise Psicológica e Perfil dos Empreendedores a partir dos seus Valores Pessoais e dos Tipos Motivacionais de Schwartz. *In: AdCont - Congresso Nacional de Administração e Ciências Contábeis*, 2010.

ALVARENGA, C. *et al.* A Adoção da Pedagogia Empreendedora na Perspectiva de um Mundo VUCA. **South American Development Society Journal**, v. 10, n. 28, 2024.

APARÍCIO, I. *et al.* Relações de trabalho a contribuição dos modelos de gestão. *In: VIII SEGET – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*. 2011.

APARÍCIO, I. *et al.* Carreira feminina: quebrando paradigmas e alcançando sucesso. *In: VI SEGET – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*. 2009.

BATISTA, M. *et al.* Uma iniciativa de educação profissional para a construção de carreira dos alunos de Administração. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 2, 2022.

CALVOSA, M. *et al.* UNIRIO: Pós-doutorado, Produção e Carreira do Pesquisador. **Revista Caderno Pedagógico**, v.21, n.10, p.01-20, 2024.

CALVOSA, M. *et al.* A contribuição de pós-doutores Bolsistas CAPES no conjunto da produção científica: o caso UFRRJ. **Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior**, v. 27, n. 3, p. 446–469, 2023.

CALVOSA, M. O planejamento estratégico ainda é válido e eficaz para as organizações contemporâneas? **Cadernos EBAPE**, FGV, v. 21, n. 2, 2023.

CALVOSA, M. Relevância do trabalho e da qualidade de vida no trabalho para a sociedade. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 62, p. 1, 2022.

CALVOSA, M. Como o bem-estar ocupacional docente é afetado por cenários inesperados e imprecisos? **Revista UFG**, v. 22, n. 28, 2022.

CALVOSA, M. Modelo de verificação e diretrizes para a publicação de resenha crítica. *In: III Seminário Virtual de Liderança e Gestão - Evento NEPE do Programa de Extensão DEGECAR*, UFRRJ, On-line. 2021.

CALVOSA, M. Instruções de como elaborar uma resenha acadêmica e crítica. *In: Seminário Virtual de Liderança e Gestão - Evento NEPE do Programa de Extensão DEGECAR*, UFRRJ, On-line. 2020.

CALVOSA, M. Reflections on the Influence of Post-Doctoral Studies on Post-Graduate Scientific Production. **RAEP - Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 20, p. 5, 2019.

CALVOSA, M. Análise da Ferramenta MDA-Modelo de Decisões por Axiologia, aplicado ao planejamento estratégico pessoal. *In: XXII SEMEAD-Seminários em Administração-FEA-USP*, São Paulo, 2019.

CALVOSA, M. A Análise de Especialistas sobre o Modelo das Decisões Axiológicas: o equilíbrio e a sustentabilidade da tomada de decisão no processo de Planejamento Estratégico Pessoal. *In: Encontro da ANPAD - XXXVII ENANPAD*, Rio de Janeiro, 2013.

CALVOSA, M. As Competências e as Expectativas do Futuro Administrador: o estudo do perfil do estudante de Administração da UFRRJ. **Revista Universidade Rural. Serie Ciências Humanas**, v. 29, p. 201-218, 2008.

CALVOSA, M.; FERREIRA, M. Liderança: Representações sociais e modelos mentais dos séculos XX e XXI. **REAd. Revista Eletrônica de Administração** (Porto Alegre), v. 29, n. 01, p. 224-260, 2023.

CALVOSA, M.; FERREIRA, M. Os Atuais Pesquisadores sobre o Tema Liderança estão presos ao Modelo Mental do Século XX? *In: XLV EnANPAD - Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Curitiba, 2021.

CALVOSA, M.; KRAKAUER, P. Fluxo de Retóricas para a Seleção de Orientação Profissional: avaliação do modelo por especialistas para o desenvolvimento profissional autodirigido e para a construção de carreira. *In: XXV SemeAd - Seminários em Administração FEA-USP*, São Paulo, 2022.

CARDOSO, D. *et al.* Percepção de Qualidade no Atendimento Público: um estudo de caso sobre eficiência e satisfação na SAG-ICEX-UFF. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 13, n. 1, p. e28122-e28122, 2022.



CARDOSO, M. **Ideação à inovação disruptiva: um estudo de caso sobre seus condicionantes.** 2014. Dissertação de mestrado. Programa de Engenharia de Produção. Universidade Federal de São Carlos - UFSCar. São Paulo.

CARVALHO, C. *et al.* A Abordagem de Liderança nos Tempos de Pandemia: como proporcionar resultados por meio do teletrabalho. *In: XVIII CONVIBRA - Congresso Virtual de Administração*, 2021.

CORREIA, F. *et al.* Trocas Intertemporais: do total comprometimento à independência do seguidor em relação ao líder. **Revista Ramal de Ideias**, v. 3, 2010.

CORREIA, F. *et al.* A necessidade de gestores no século XXI: liderança empresarial x gerenciamento eficaz. *In: II Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, Resende-RJ, 2005.

DOLOR dos SANTOS, W. As TICs como Potencializadoras das Ações de Inovação Gerenciais. *In: 31º ENANGRAD - Encontro Nacional de Cursos de Graduação em Administração*, 2020.

DOLOR dos SANTOS, W. A possível relação entre Inovação Gerencial, Gestão Organizacional e Liderança Empresarial, em um Ambiente Colaborativo. *In: XVII SEGeT - Simpósio de Excelência, Gestão e Tecnologia*, Resende-RJ, 2020.

FERNANDES, A. *et al.* Empreendedorismo no Mercado Digital: como identificar e inserir ferramentas no negócio adequadas às demandas dos clientes digitais. **Revista Valore**, v. 7, n. 3, p. 47–66, 2022.

FERNANDES, A. *et al.* Relato Técnico sobre uma Experiência em Pequena Empresa: decisões empreendedoras. *In: EMPRAD - Encontro dos Programas de Pós-Graduação Profissionais em Administração*, FEA/USP, 2022.

FERNANDES, A. *et al.* A Tipologia de Classificação de Clientes aplicada à necessidade do Dinamismo de Novos Modelos de Negócios no Microambiente de Pequenas Empresas. *In: XIII CASI-Congresso de Administração, Sociedade e Inovação*, on-line. 2022.

FERNANDES, A. *et al.* A proposta de um framework para analisar o comportamento do cliente digital por meio do Business Model Canvas. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 12, n. 1, p. e26972, 2021.

FERREIRA, M. *et al.* Futuro do Trabalho no Setor Público: impactos das TICs nas relações entre organizações e colaboradores. *In: 35º ENANGRAD - Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração*, On-line, 2024.

FERREIRA, M. *et al.* Competências Digitais do Século 21 e Habilidades em TICs- Uma Análise Bibliométrica. *In: XLV EnANPAD - Encontro da ANPAD*, Curitiba, 2021.

FERREIRA, M. *et al.* Habilidades Digitais e Habilidades Digitais do Século 21 – Uma Análise Bibliométrica. *In: XXIV SEMEAD - Seminários de Administração FEA/USP*, São Paulo, 2021.

FERREIRA, M. *et al.* Efeitos do Uso das TICs e sua Relação com o Trabalho e a Gestão de Pessoas. *In: XIII CASI - Congresso de Administração, Sociedade e Inovação*, Rio de Janeiro. 2021

FONTENELE, R. *et al.* Influência da intenção empreendedora de discentes em um instituto de ensino superior. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 4, n. 3, p. 147-176, 2015.

FORTUNATO, W. *et al.* Escreva o Futuro Acadêmico: Relato de Experiência de Estudantes de Administração da UFRRJ/CEDERJ em um Projeto de Extensão. **EaD em Foco**, [S. l.], v. 14, n. 2, p. e2255, 2024.

FORTUNATO, W. *et al.* Estratégias de Atração e Engajamento de Estudantes da Modalidade EaD: relato técnico de um projeto de extensão universitária. *In: EMPRAD - Encontro dos Programas de Pós-Graduação Profissionais em Administração*, FEA/USP, 2024.

FORTUNATO, W. *et al.* Tecnologias Digitais e Desenvolvimento Acadêmico: um relato técnico da experiência de estudantes de Administração da modalidade EaD. *In: EMPRAD - Encontro dos Programas de Pós-Graduação Profissionais em Administração*, FEA/USP, 2024.

FRANCO, I. Descomplicando o VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity). Investigação e Considerações sobre as Publicações A1 da Área 27 do Qualis/Capes. *In: XLVI EnANPAD – Encontro da ANPAD*, 2022.

FREITAS, J. Angel Investor: empreendedorismo fomentado através de uma nova modalidade de investidor. **Revista Cadernos de Administração**, v. 1, n. 2, p. 1-18, 2008.

JANUÁRIO, É. *et al.* Análise da capacidade dinâmica gerencial, envolvendo cultura organizacional e agilidade organizacional. **Journal of Scientific Management and Tourism**, [S. l.], v. 10, n. 3, 2024.

KRAKAUER, P. *et al.* Análise sobre os Processos de Orientação Profissional nas Organizações. *In: XVII CONVIBRA - Congresso Virtual de Administração*, 2020.

LEITE, R. *et al.* Mentorias Spot: vantagens, desvantagens e operacionalização. **Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 14, n. 1, p. 118-140, 2024.

LEITE, R. *et al.* Mentorias Spot: oportunidade de orientação profissional para iniciativas empreendedoras. *In: XI EGEPE-Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, Belo Horizonte/MG, 2020.

LIMA, M. *et al.* O Constructo Liderança Contemporânea A Partir Das Mídias Sociais Virtuais. **Revista de Administração Unimep**, v. 19, n. 10, p. 83-108, 2022.

LIMA, R. *et al.* Uma Visão sobre Carreiras dentro da Estrutura Organizacional em Redes. **Revista Cadernos de Administração (Macaé)**, v. 1, p. 76-95, 2008.

MACEDO, J. *et al.* A. Um ensaio sobre inovação gerencial e TICs em organizações competitivas. **International Journal of Scientific Management and Tourism**, v. 10, n. 3, p. e963, 2024.

MACHADO, C. *et al.* 'Fourth Party Services' vs. Outsourcing: a competitive advantage. **World Academy of Science, Engineering and Technology**, v. 4, p. 1-15, 2010.

MACHADO, C. Quarteirização vs Terceirização: uma vantagem competitiva na gestão de contratos. *In: Congresso: III SEGET–Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*. 2006.

MARTINS, A. *et al.* Learning Analytics Aplicada às Áreas Pedagógica e Educacional: verificação do aumento da motivação e do desempenho acadêmico em alunos do nível superior. **South American Development Society Journal**, v. 10, n. 28, 2024.

MELO FRANCO, I. *et al.* What are the Expectations of Business Administration Students for Building a Career? **Journal of Business and Management - IOSR-JBM**, v. 25, p. 9, 2023.

MELO, K. *et al.* Desenvolvimento de carreira: o papel da mulher nas organizações. **Revista Cadernos de Administração**, v. 2, n. 1, p. 130-148, 2009.

MENDONÇA de SOUZA, F. *et al.* Gestão Estratégica de Pessoas e de Instituições no Ambiente VUCA. **Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão em Gestão**, v. 7, n. 1, 2024.

NASSIF, M. Crença e tomada de decisão: perspectiva de análise do comportamento gerencial para o estudo de uso de informação. **Ciência da Informação**, v. 48, n. 2, 2019.

NEILL, S.; BIERAUGEL, M. Light Bulb Moments: where do student entrepreneurs get their ideas. **Journal of Marketing Education**, v. 45, n. 3, p. 268-277, 2023.

NOGUEIRA, C. *et al.* Lições de Liderança dos CEO's da Apple Inc.: Steve Jobs e Tim Cook. **Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão em Gestão**, v. 7, n. 1, 2024.

OLIVEIRA, M. *et al.* **Gestão de Carreiras**: perspectivas para o colaborador do tradicional ao contemporâneo. *In: XVIII CONVIBRA - Congresso Virtual de Administração*, 2021.

OSSOLA, L. *et al.* Cultura e Agilidade Organizacional: Apresentação de um modelo de gestão aplicado a ambientes dinâmicos. *In: XVII SEGET - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, 2020.

PENHA, E. *et al.* Os Valores Pessoais dos Empreendedores de Sucesso. **Revista de Administração** (UCB), v. 3, p. 40-60, 2013.

PREDES JUNIOR, A. *et al.* Líderes em Meio à Turbulência do Mundo Contemporâneo: gerenciando organizações ágeis no mundo VUCA. **Revista Eletrônica e-Fatec**, v. 14 n. 3, 2024.

QUEIROZ, A. de *et al.* Market Fit e decisões empreendedoras em uma cidade desigual. **Revista Brasileira de Casos de Ensino em Administração**, v. 13, n 2, 2023.

QUEIROZ, A. de *et al.* Relato Técnico sobre uma Experiência de Extensão em Pequenas PME's: definições acadêmicas, estratégias gerenciais e decisões empreendedoras. *In: EMPRAD - Encontro dos Programas de Pós-Graduação Profissionais em Administração*, FEA/USP, 2022.

QUEIROZ, A. de *et al.* Canvas and the marketing tools as assumptions for managerial decision making. *In: Principles and Concepts for development in nowadays society*. California/USA: Seven Publicações, 2022.

QUEIROZ, A. de *et al.* O Canvas e as ferramentas de marketing como pressupostos para a tomada de decisão gestora. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 8, 2021.

SAMPAIO MARTINS, A. *et al.* Autoeficácia vs. Estresse: como gerar alunos mais comprometidos, com maior qualidade de vida e com sentimento de sucesso escolar? **Revista UFG**, v. 22, n. 28, 2022.

SANTANA, L. *et al.* O Processo de Liderança sob a ótica do Seguidor. *In: IV SEGET - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, 2007.

SANTOS FORTUNATO, W. *et al.* Sobrevivendo as Incertezas: percepção de líderes do setor de saúde privado sobre o ambiente VUCA. *In: XXI SEGeT - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, 2024.

SANTOS FORTUNATO, W. *et al.* Origem e Evolução do Fenômeno Rotatividade de Colaboradores: uma revisão de literatura. **Revista Valore**, v. 9, p. 95–111, 2024.

SANTOS LOPES, C. *et al.* Pesquisa sobre TICs, Competências Gerenciais e Empresas Digitais. *In: XIX CONVIBRA - Congresso Virtual de Administração*, Online, 2022.

SANTOS, R. Educação Corporativa: as vantagens da implantação de um projeto de universidade corporativa. *In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, Rio de Janeiro, 2006.

SERRA, F. *et al.* Quais são as prioridades axiológicas dos líderes empresariais? Análise dos seus valores pessoais a partir do inventário de valores SVS de

Schwartz. *In: Anais do Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho-EnGPR*, João Pessoa/PB, 2011.

SHIOSE, S. *et al.* Sistemas Integrados de Gestão: alternativa contemporânea eficaz de gerenciamento e planejamento para instituições públicas de ensino. *In: XIV Semead-Seminários em Administração da USP*, São Paulo, 2012.

SILVA Jr., E. *et al.* O Caso de Ensino como Alternativa Acadêmica para o Estudo do Tema Carreiras Contemporâneas. *In: CONVIBRA – Congresso Virtual de Administração*, São Paulo, 2022.

SILVA, P. *et al.* Quais são as prioridades axiológicas dos docentes de IES? Uma survey sobre a hierarquização de seus valores pessoais. *In: XXXV ENANPAD*, Rio de Janeiro, 2011.

SILVA, E.; OLIVEIRA, R. Aprender a empreender: o estímulo ao aprendizado do empreendedorismo nos bancos escolares e acadêmicos como fator de desenvolvimento e fortalecimento econômico e social de um país. *Revista Prâksis*, [S. l.], v. 1, p. 69–74, 2016.

SOUZA NETO, S. *et al.* Liderança empresarial: aplicação de um estudo contemporâneo sobre futuros administradores. *RAD* (Rio de Janeiro), v. 1, n. 1, p. 20-28, 2008.

SOUZA NETO, S. *et al.* As competências de liderança: atributos e práticas do líder do século XXI, uma pesquisa quantitativa. *Revista de Administração da UNIMEP*, v. 4, n. 1, 2006.

THOMAZ, A. *et al.* Mentalidade Ágil e Folga Ágil Garantem Competitividade em Longo Prazo? *Revista de Casos e Consultoria*, v. 15, n. 1, 2024.

XAVIER, A. *et al.* Desenvolvimento Pessoal e Profissional de Futuros Gestores: como a Geração Y encara as competências necessárias para o aumento da empregabilidade e para o sucesso no ambiente profissional. *In: XXXVI ENANPAD*, Rio de Janeiro, 2012.

XAVIER, A. *et al.* O Perfil do Estudante de Administração do Ensino Superior: um estudo comparativo entre amostras de uma universidade federal do Rio de Janeiro. *In: XIV Semead - Seminários em Administração da USP*, São Paulo, 2012.

VILAS BOAS, A. *et al.* Analysis of Customer Digital Behavior through the Canvas Business Model: An Initial Proposal. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, v. 7, n. 5, 2024.

VILAS BOAS, A. *et al.* **The Potential of Leadership**: Differences between Mental Models of Leadership in the Twentieth and Twenty-First Centuries. IntechOpen, 2023.