

INOVAÇÃO NO CONTEXTO DO EMPREENDEDORISMO JOVEM

Genáilda Ramos Neves¹, Margarete Fátima Marcon²

1. Professora Mestranda e de Graduação do curso de Administração Medianeira. (UDC). E-mail: : genailda.neves@udc.edu.br
2. Professora Doutoranda e Coordenadora do curso de Administração Medianeira (UDC). E-mail coordenacaoadm@udc.edu.br

INTRODUÇÃO

Jovens entre 18 e 30 anos estão ingressando no mercado de trabalho por meio da inovação, tirando suas ideias do papel e colocando-as em prática. Com o desenvolvimento objetivou-se o estudante a pensar em práticas inovadoras que impactassem positivamente o ambiente de negócios locais e regionais, que permitam melhorar a qualidade dos serviços prestados nas organizações assim como a vida financeira, além de aperfeiçoar seus conhecimentos científicos. E assim incentivar os acadêmicos na busca por ideias inovadoras que permitam melhorar a qualidade dos serviços prestados nas organizações assim como a vida financeira, além de aperfeiçoar seus conhecimentos científicos e consequentemente seu lado humano, contribuindo na identificação e resolução de problemas.

MATERIAL E MÉTODOS

A presente pesquisa, apresenta ações educativas e inovadoras por meio de um “Projeto de Extensão” desenvolvida com acadêmicos do curso de Administração da Faculdade Educacional de Medianeira.

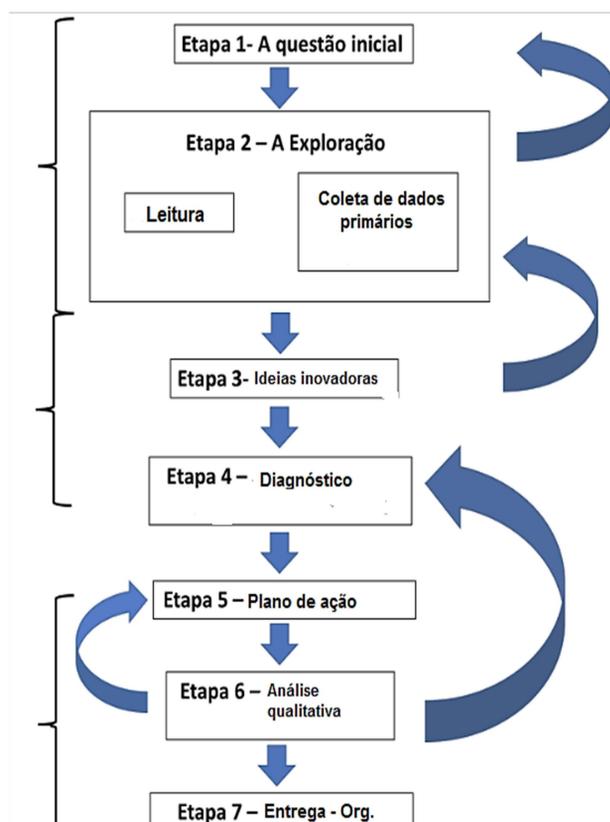


Figura 1: Etapas da pesquisa

Os dados foram analisados de acordo com a figura 1, onde apresenta todas as etapas trabalhadas com os acadêmicos para elaboração do plano de ação.

RESULTADOS

Deste modo, os resultados apontaram o incentivo à geração de talentos por parte da IES, e são descritos nas ações desenvolvidas pelos acadêmicos no projeto de extensão: ação 1 - levantamento e análise de ideias inovadoras, ação 2 - elaboração de diagnóstico empresarial, ação 3 - elaboração de um Plano de Ação, ação 4 - apresentação do Plano de Ação as organizações participantes do projeto

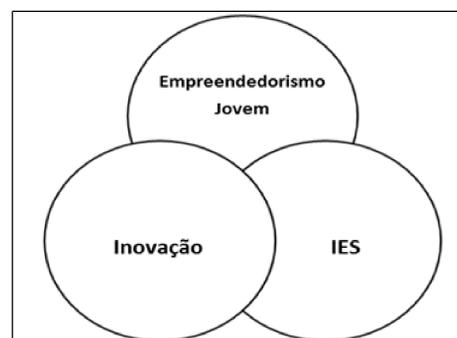


Figura 2: Inovação/Empreendedorismo/IES



Figura 3: Resultado do Projeto

CONCLUSÕES

O principal objetivo do projeto foi atingido, mediante ao cumprimento das ações desenvolvidas pelos acadêmicos. As ações propostas foram importantes, para que às organizações percebam que a concorrência sempre esteve presente no ambiente dos negócios, e que a transformação digital mudou o comportamento do consumidor. Isso fez com que as organizações precisassem se adaptar e, assim, investir em práticas inovadoras, a inovação se tornou o fator principal de competitividade e visibilidade.

REFERÊNCIAS

- CRESWELL, J. W.. **Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative Research** (4th ed.). Boston, MA: Pearson. 2012.
- HARTLEY, Jean; SORENSEN, Eva; TORFING, Jacob. Collaborative innovation: a viable alternative to market competition and organizational entrepreneurship. **Public Administration Review**. Vol. 73, Iss. 6, pp. 821–830. 2013.
- MEYER JR. V.; MUGNOL, G.. competição e estratégia no contexto das instituições de ensino superior privadas. **Revista Diálogo Educacional**, Curitiba, v. 4, n.11, p. 153-165, jan./abr. 2004. Disponível em: < www2.pucpr.br/reol/index.php/dialogo?dd99=pdf&dd1=635>. Acesso: 19 de Jun. de 2021.
- MINTZBERG, H.; LAMPEI, J.; QUINN, James B.; GhOSHAI, S. **The Strategy Process: Concepts, Contexts, Cases**. 4 Ed. 2003.