

# **A PREPARAÇÃO DOS ACADÊMICOS DO ENSINO SUPERIOR E O MERCADO DE TRABALHO: UM ESTUDO DE CASO NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO PRIVADO**

Sabrina Carolai Bordim<sup>1</sup>  
Liliana Gessi<sup>2</sup>

## **RESUMO**

O mercado de trabalho está buscando profissionais qualificados e capacitados, o que exige destes mais preparo e desenvolvimento. O tema do presente artigo trata da preparação dos acadêmicos do ensino superior e o mercado de trabalho: um estudo de caso no curso de administração em uma instituição de ensino privado, delimitando-se o estudo nas Faculdades Integradas Machado de Assis - FEMA do município de Santa Rosa/RS. Como problema de pesquisa, este trabalho procura responder a seguinte questão: quais os aspectos mais influentes para a preparação e o ingresso do jovem no mercado de trabalho? Este artigo tem por objetivo investigar a expectativa dos acadêmicos do 1º, 2º, 7º e 8º semestre do curso de administração em relação às exigências do mercado de trabalho na área administrativa e sua preparação para o ingresso. O referencial teórico apresenta assuntos sobre as diferentes gerações ligadas ao mercado de trabalho. Este trabalho adota como metodologia uma pesquisa aplicada, pesquisa quantitativa, pesquisa exploratória, pesquisa bibliográfica, de levantamento e pesquisa de ação, que foi realizado por meio de questionários aplicados aos acadêmicos do 1º, 2º, 7º e 8º semestre do curso de administração. Dentre as conclusões, pode-se destacar a importância dos acadêmicos em realizarem planejamento durante sua carreira profissional, traçar objetivos e se prepararem para o mercado de trabalho com uma grande bagagem de conhecimento e informações.

Palavras-chave: Mercado de trabalho – Gerações – Planejamento.

## **ABSTRACT**

The job market is looking for qualified and skilled professionals, which requires these more preparation and development. The subject of the present article deals with the preparation of higher education academics and the labor market: a case study in the course of administration in a private educational institution, delimiting the study in the Faculdades Integradas Machado de Assis - FEMA of the município of Santa Rosa / RS. As a research problem, this paper tries to answer the following question: which are the most influential aspects for the preparation and entry of young people into the labor market? This article aims to investigate the expectations of the 1st, 2nd, 7th and 8th semester of the administration course in relation to the requirements of the labor

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Administração – 8º Semestre. Faculdades Integradas Machado de Assis. Sabrina.bordim@bol.com.br

<sup>2</sup> Especialista em Gestão de Pessoas e Gestão empresarial. Professora do curso de Administração. Faculdades Integradas Machado de Assis. liliana@fema.com.br

market in the administrative area and their preparation for admission. The theoretical referential presents subjects about the different generations linked to the labor market. This work adopts as methodology an applied research, quantitative research, exploratory research, bibliographic research, survey and action research, which was carried out through questionnaires applied to the 1st, 2nd, 7th and 8th semester students of the course administration. Among the conclusions, it is possible to emphasize the importance of academics in planning during their professional career, setting goals and preparing themselves for the job market with a great deal of knowledge and information.

Keywords: Labor market - Generations – Planning.

## INTRODUÇÃO

Nos dias atuais a busca por reconhecimento é constante e isto antecipa a vida dos acadêmicos, os quais estão preocupando-se cada vez mais cedo com o mercado de trabalho. O tema do presente estudo trata sobre a preparação dos acadêmicos do ensino superior e o mercado de trabalho: um estudo de caso com acadêmicos do 1º, 2º, 7º e 8º semestre do curso de administração das Faculdades integradas Machado de Assis do município de Santa Rosa/RS.

O problema de estudo busca responder a seguinte questão: quais os aspectos mais influentes para a preparação e o ingresso do jovem no mercado de trabalho?

O objetivo geral busca investigar a expectativa dos acadêmicos em relação as exigências do mercado de trabalho na área administrativa e sua preparação para o ingresso. Sendo assim os objetivos específicos visam: Analisar as expectativas dos acadêmicos do 1º e 2º semestre e a satisfação dos acadêmicos do 7º e 8º semestres do curso de Administração, em relação ao curso escolhido x o mercado de trabalho. Comparar a expectativas iniciais de curso com a avaliação do final do curso. Propor formas de desenvolvimento que auxiliem os acadêmicos em sua preparação para o mercado de trabalho, visando um alinhamento da expectativas.

O presente estudo deve-se ao fato de que vivendo em uma era competitiva, cada vez mais indivíduos precisam se autoconhecer e se autoeducar para conseguir chegar no objetivo almejado. Acadêmicos precisam se especializar e estarem preparados para o mercado de trabalho.

A metodologia caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, pesquisa quali-quantitativa, pesquisa exploratória, pesquisa bibliográfica, de levantamento e pesquisa de ação. O principais autores que fundamentam o referencial teórico são Teixeira, Indalecio e Campos, Robbins, entre outros.

O trabalho inicia com o referencial teórico, trazendo após a metodologia de trabalho, a análise dos resultados obtidos e para finalizar a conclusão.

## 1 REFERENCIAL TEÓRICO

Cada indivíduo tem a sua característica, sabe-se que esta vem da geração em que foi criado, criando costumes, modos, valores diferentes. O referencial teórico irá abordar sobre as características de cada geração e relacionar ao mercado de trabalho, tendo assim como assuntos: Gerações e o mercado de trabalho, Geração Baby Boomers, Geração X, Geração Y, Geração Z e preparação para a carreira.

### 1.1 GERAÇÕES E O MERCADO DE TRABALHO

O mercado de trabalho atualmente busca perfis diferenciados, gerações que estão em busca de novos desafios para complementar o mercado. O termo geração é utilizado para classe e/ou característica de idade sendo usual destacar a presença de todas as gerações desde as mais jovens até as gerações adultas e antiga geração (TEIXEIRA, et al., 2014).

O conceito de geração na concepção histórica e sociológica define como um conjunto de pessoas que tem em comum uma experiência histórica idêntica ou similar cultural. Dividem-se de valores comuns que poderiam ser denominados de “sentimento de geração.” (FROQUIN, 2003 apud Teixeira, 2014).

Conforme TEIXEIRA, et al., descreve sobre a interação das gerações,

As gerações que integram o mercado de trabalho interagem simultaneamente em um mundo globalizado, algumas se adaptam e outras são advindas dessa nova era abundante de informações e habilidades. X, Y e Z, as gerações que mais estão presentes no mercado atual e que, apesar de suas particularidades, competem pela valorização de seus perfis nas organizações. (TEIXEIRA, et al., 2014, p. 34).

As novas gerações, estão cada vez mais independentes, fator este que as empresa precisam compreender. Jovens visando sua realização pessoal, sempre buscando inovação e crescimento. Com a tecnologia avançando, as informações chegam rápido, o conhecimento adquirido hoje pode não ser mais útil amanhã, sendo assim, é imprescindível a destreza e agilidade para acompanhar as mudanças e ideias dessa nova geração. Para isto, as empresas devem tornar-se parceiras e

incentivadoras desses colaboradores, para que cada vez mais eles possam crescer profissionalmente e potencializar e agregar valor a organização na qual está inserido (JORGE, et al., 2016).

Pode-se fazer uma análise de todas as gerações e comparar como cada uma teve um diferencial no papel organizacional e até mesmo em sociedade, dentre as quais destacam-se a geração inicial Baby Boomer, Geração X, Geração Y e Geração Z.

A geração Baby Boomer corresponde a indivíduos nascidos entre 1945 e 1959. Este nome refere-se ao aumento exponencial das taxas de natalidade que ocorreram no final da Segunda Guerra Mundial, onde moradores motivados pelo um período significativo de paz mundial, relativa estabilidade política e econômica na qual a sociedade em geral vivenciava, retornou em lares os sentimentos de reconstrução e segurança, fator este que ocasionou os casais a elevarem os números de filhos (INDALECIO; CAMPOS, 2016).

Os jovens da geração Baby Boomer eram conhecidos por terem despertados o que chamavam de onda de rebeldia e liberdade. A educação superior era acessível somente aos filhos de classes médias, compostas assim por um currículo refletor de interesse pelo progressivo desenvolvimento econômico do país. Foi uma geração que intensificou jovens também mais maduros, contestadores e indagadores de doutrinas estabelecidas pela sociedade (FAVA, 2014 apud INDALECIO; CAMPOS, 2016).

Indalecio e Campos ressaltam características positivas desta geração assim como relatam,

Os baby boomers, hoje, pais da geração X, avós da geração Y e, possivelmente bisavós da geração Z, estão amadurecidos. Compreendem que a educação é o alicerce para um bom nível de vida, apresentam preferências por produtos de alta qualidade e possuem firmeza em suas decisões, o que acarreta em não serem influenciados facilmente por outras pessoas. (INDALECIO; CAMPOS, 2016, p. 17).

Essa geração que mostrou grande responsabilidade pessoal e social, passou por grandes momentos ruins desde o surgimento até a chegada da geração X, foram considerados rebeldes mas, com o passar do tempo foi-se descobrindo valores desta geração.

Vistos como os jovens decididos a geração X consiste em indivíduos nascidos entre 1960 e 1982, tinham como características marcantes a competição e a animação

para grandes transformações. Com tendência individualista e inconformada, a geração X é fortemente influenciada pelo marketing e a publicidade. São pessoas apaixonados por clichês e gostam que tudo seja realizado da sua maneira (INDALECIO; CAMPOS, 2016).

Esta geração está em busca a estabilidade real entre trabalho e vida pessoal, é um grupo muito independente não precisa alguém do lado tomando as decisões por eles, é a primeira geração que domina os computadores e é reflexo da era de informação, e sonham com um ambiente de trabalho que lembre uma comunidade, onde envolva amizade e troca de informações (COUPLAND, 1991 apud TEIXEIRA et al., 2014).

Geração X cercada por várias características devido a maneira de levarem as coisas superficialmente acabam se contradizendo em sua capacidade conforme abaixo,

Tudo lhes é de interesse, porém, na maioria das vezes de maneira superficial, pois na maior parte das vezes possuíam pouca capacidade de desenvolver senso crítico, e realizar desta forma uma análise daquilo que vivenciavam. Gostam de um alto volume de informação, embora não tenham ciência de que realmente são úteis. (OLIVEIRA, 2009, s/p apud INDALECIO; CAMPOS, 2016, p. 20).

Concluindo assim esta geração, já começou desde seu surgimento a ter características e conhecimento avançado do que a geração anterior, geração Baby Boomers.

Outra geração que ganhou grande destaque e características foi a geração Y sendo preguiçosa, egoísta, sendo influenciada pelas drogas e pela violência, não sendo educada e sim mimada. Esta geração cresceu marcada pelo aumento do uso de drogas, pela ascensão do fenômeno do terrorismo, vídeo games recheados de violência e programas de TV influenciadores em horários mais assistido pelas crianças, filmes e comerciais de conotação sexual e também filmes que relatam maus tratos em professores e armas de fogo, além disso, tiroteios e matanças em escolas deram o nome para esta geração conturbada e violenta de geração Y (TULGAN; MARTIN, 2011 apud TEIXEIRA, et al., 2014).

Já os autores (NELSON, 2006 apud TEIXEIRA, et al., 2014) contradiz o conceito apresentado anteriormente:

A geração Y enfrenta conflitos, pois, para ela, o trabalho deixou de ser apenas um meio de sobrevivência econômica, passando a ser uma fonte de satisfação e desenvolvimento pessoal. Essa geração está disposta a assumir novos desafios e responsabilidades, mas sem abrir mão da vida pessoal e dos relacionamentos com a família e com os amigos. (NESLSON, 2006, s/p apud TEIXEIRA et al., 2014, p. 27).

Os jovens da geração Y possuem também como características marcantes a busca pela inovação e satisfação imediata dos seus sonhos, querendo que todos os problemas tenham uma solução imediatamente e que tudo que desejarem se realize da noite para o dia (OLIVEIRA, 2011).

O grupo desta geração caracteriza-se pela destreza de realizar várias atividades simultaneamente, pela velocidade tecnológica e por gostar de inovação, ter iniciativa, persistência e criatividade, seguindo os passos de um grande líder, além de cada vez mais possuir visão empreendedora, gostam de entretenimento principalmente quando se trata de algo relacionado e predominantes virtuais. Adoram e aceitam desafios, que os tornam participativos dentre as condições atuais na vida moderna e globalizada. Por ser tudo rápido e quererem tudo ao mesmo tempo, acabam, em alguns momentos, se tornando imaturos para determinadas situações sem saber esperar o momento certo (ARAUJO, 2011).

Para fazer parte do meio cada vez mais tecnológico surgiu então a geração Z, nascidos a partir de 1991, já no início foram influenciados pelos jogos de vídeo game, televisão, telefone celular, internet WI-FI, redes sociais, estão ligadas a diversas coisas e realizando diversas tarefas simultaneamente, sem muitas vezes darem atenção ao que estão realizando. É uma geração acostumada em ter tudo em suas mãos, todas as informações necessárias apenas com uma simples pesquisa realizada no celular. Não conversam mais, e se conversam, estas são por meio digital, mesmo assim preferem o grupo ao individualismo. Tendem a não separar adequadamente as informações que recebem pois elas são em muita quantidade e constante o que acaba suprimindo suas cabeças de informações sem que ao menos assimilaram as que foram passadas anteriormente (BEVILACQUA, et al., 2016).

A geração Z é ainda mais conectada e acostumada a viver em grupos que denominam "tribos", além disso vivem em um meio virtual onde o contato e a conversa são predominantemente online. Estão sujeitos e cresceram junto com as diversas formas de comunicação que se desenvolveram nos últimos quinze anos o que sujeitou essa nova geração a falarem pouco e escutarem ainda menos, principalmente pelo ego bem desenvolvido que limita o entendimento de opiniões diferentes e ainda mais, de estilos de vida que não

envolvam tanta tecnologia quanto as pessoas dessa geração necessitam. (BEVILACQUA, et al., 2016, p. 38).

Estes indivíduos dificilmente concentram-se em apenas uma única atividade, e sim fazer diversas coisas ao mesmo tempo. Ouvem música, assistem televisão e jogam on-line com parceiros virtuais de várias partes do mundo. É uma geração já nascida na alta tecnologia o que não tem como impedir que se interagem com esse método de vida. São jovens inquietos que buscam novidades e que não aceitam “não” como resposta e, estão sempre dispostos ao consumo, desde que, sejam surpreendidos (MENEZES, et al., 2016).

Na época em que o mundo atualmente está vivendo, cada pessoa deve dar o melhor de si para conseguir alcançar seus objetivos. Ser um profissional sem iniciativa e vontade para realização de determinada tarefa não serve para as empresas. Cada geração teve sua influência na criação de um perfil específico para se moldarem, buscando ou não o crescimento e a busca pelo alcance dos objetivos, assim como Chiavenato descreve a iniciativa para o sucesso do atual profissional (CHIAVENATO,2012).

No fundo, a conclusão a que se chega é a seguinte: as pessoas com maior chance de sucesso profissional são aquelas que tomam a iniciativa e desenvolvem suas habilidades e competências para construir sua carreira em consonância com a direção seguida pelo mercado em geral, e pela sua organização ou em - pressa em particular. E é lógico: aproveitando todo o potencial do seu perfil pessoal. (CHIAVENATO, 2012, p. 162).

Decorrente do atual cenário verifica-se que cada geração tem suas próprias habilidades, decisões, conclusões, desde os baby boomers até a geração Z. O que pode-se perceber é que com o avanço dos anos o profissional ficou menos interessado em ir além e em busca de sua realização profissional por estar inserido em um meio mais competitivo.

A ilustração 1, mostra a diferença entre as gerações ligada a características e ao mercado de trabalho:

BABY BOOMERS	GERAÇÃO X	GERAÇÃO Y	GERAÇÃO Z
Famílias ligadas ao desenvolvimento econômico.	Individualista e inconformada	Preguiçosa e egoísta	Busca satisfação imediata dos seus sonhos
Adolescente mais maduros.	Equilíbrio real entre trabalho e vida pessoal	Geração violenta e perturbada	Realizam várias coisas ao mesmo tempo

Firmeza nas decisões	Desenvolvem senso crítico	Trabalho - fonte de satisfação e desenvolvimento pessoal.	Preferência em grupos do que individualista
Conhecimento/Educação era o alicerce da vida	Domínio em computadores	Era digital começou a fazer parte com mais força na vida das pessoas.	Mundo virtual onde conversa é online

Ilustração 1: Diferenças entre Gerações.

Fonte: Ideias utilizada de autores: TEIXEIRA, 2014; JORGE, 2016; INDALECIO; CAMPOS, 2016; BEVILACQUA, 2016; CHIAVENATO, 2012; ARAUJO, 2011.

## 1.2 PREPARAÇÃO PARA A CARREIRA

O mundo está passando por grandes mudanças adaptando-se a realidade a cada acontecimento. As informações são rápidas e mudam a todo instante, quanto maiores informações geram no mundo melhores são as oportunidades para os profissionais atuais. Estes para se preservarem no mercado de trabalho devem ser criativos e ter uma cultura organizacional. Se o profissional escolher a profissão que deseja, ela se torna mais eficiente cultuando profissionais mais criativos e integrados para a realização de seu trabalho (TAJRA; SANTOS, 2015).

O atual currículo que uma empresa procura são perfis de profissionais que buscam sua autonomia, que criam oportunidades e que trabalham em empresas que estão em alta no mercado de trabalho atual (TAJRA; SANTOS, 2015).

Para se construir um currículo que desperte o interesse dos grandes empresários, precisa-se ter determinada qual carreira o empregado deseja seguir, seja por motivos financeiros, gostos, por exigência de alguém, sempre mantendo-o atualizado, assim como descreve White,

[...] é a busca por uma profissão ou uma linha específica de trabalho. Nela, é possível ter muitos empregos. Uma carreira exige crescimento em relação ao conhecimento da profissão ou a linha de trabalho, bem como à suposição de uma progressão de responsabilidade em cada emprego que tiver; também implica dedicação a padrões autoimpostos de profissionalismo e orgulho no seu desempenho. (WHITE, 2012, p. 03).

A carreira engloba fatores para sua escolha ligadas a necessidades individuais, de trabalhos que realizou durante sua vida profissional, seu crescimento, experiências, e decisões ligadas a sua carreira (LONDON, 1982 apud VELOSO, et al., 2016).



Devido as instabilidades econômicas os profissionais atuais precisam dar o melhor de si dentro e fora da organização pois, o mercado atual está exigindo demais. Devem estar preparados para enfrentar cada situação corriqueira na empresa. Estabelecer metas, descrever caminhos, objetivos, é necessário para todo planejamento de carreira de um profissional tanto aquele já inserido no mercado quanto aquele que ainda está em busca da vaga certa (SOUZA, et al., 2015).

Quando há um planejamento de carreira, os profissionais adquirem um diferencial frente aos outros profissionais. Isso acontece, pois o planejamento tem uma característica de antecipar cenários futuros, proporcionando oportunidade de o indivíduo ver em que pontos precisa melhorar e quais os pontos fortes que este tem desenvolvido. (SOUZA, et al., 2015, p. 04).

Para Dutra, as carreiras são estágios e transições realizados durante a vida de um indivíduo, ocorrendo escolhas por motivos de expectativas, interesses, gostos. No ver do empregado engloba e entendimento de sua experiência profissionalmente e ao ver das organizações, engloba procedimentos políticos, e até relacionamento com pessoas. Estas são combinadas dentro de um todo desenvolvimento e mudança (DUTRA, 2017).

A escolha profissional é entendida como sendo um passo importante na vida dos jovens que entram no mercado de trabalho. Significando, muitas vezes, um projeto que se estende para além da escolha de uma profissão, podendo estar relacionado com o projeto de vida de cada jovem. Sabendo da competitividade do mercado; da realidade social brasileira; das precárias condições de educação, com sua finalidade de produzir cidadãos, e prepará-los para o mercado de trabalho; do acesso dos jovens a uma qualificação profissionalizante ou superior. Devemos buscar alternativas e discuti-las exaustivamente para construção de um caminho que aproxime os sonhos profissionais da realização real. (FERREIRA; TEIXEIRA, s/p, p.3).

Um indivíduo que tem estruturado um plano de carreira com os objetivos definidos e amparados terá um crescimento e contribuirá com a organização em que atua pois, terá um objetivo/meta traçada o que facilita sua visão para o futuro (OLIVEIRA, 2018).

Não basta possuir um bom currículo, conseguir alcançar a carreira desejada ser um profissional com postura durante sua trajetória no mercado de trabalho. O comportamento organizacional é de grande relevância quando se trata da permanência de um indivíduo em uma organização.

Comportamento organizacional é um campo de estudo direcionado diretamente a explicar, compreender e alterar o comportamento humano dentro das organizações, dando enfoque em três observações de comportamentos importantes: conversa com um colega de trabalho, comportamento das pessoas perante a sociedade e o comportamento das próprias organizações (WAGNER III; HOLLENBECK, 2006).

Já para Robbins é, um estudo realizado sobre as atitudes e comportamentos que os indivíduos apresentam dentro da organização na qual estão inseridos. Estas atitudes e comportamentos são modificados e se adaptam as mudanças conforme as condições do ambiente e da responsabilidade profissional, muitas dessas atitudes e valores não se mudam e nem se consegue mudar mas são definidos de maneira relativa quando um indivíduo começa a fazer parte de uma organização, assim como a ilustração 2 descreve alguns motivos que afetam o comportamento (ROBBINS, 2009):

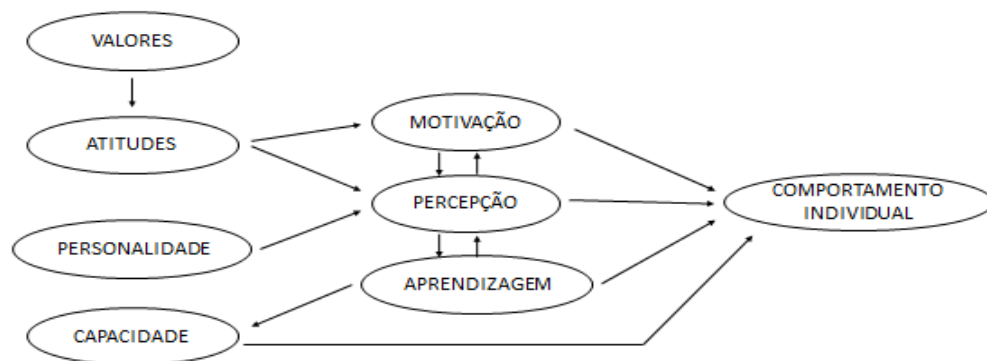


Ilustração 2: Principais variáveis que afetam o comportamento individual.  
Fonte: Adaptado de ROBBINS (2009, p. 32).

Conhecido também como etiqueta empresarial o comportamento organizacional refere-se a uma agregação de pressupostos de um grupo de indivíduos que busca um entendimento, convivência e relação de equilíbrio e igualdade entre as pessoas para uma boa convivência dentro da organização. Chamado também de código de bem viver pois, para uma relação prazerosa dentro de uma empresa os colaboradores devem manter uma relação ideal (ARAUJO, 2004).

Para um importante comportamento organizacional, é necessário saber lidar e agir primeiramente com o relacionamento interpessoal, fator importantíssimo dentro das empresas, sabendo lidar com as situações para manter relacionamentos que valem a pena, vantajosos, e a construção de um relacionamento mesmo sabendo que

muitas vezes não vai precisar dele. Processo este, de se relacionar com as pessoas o meio mais eficaz de conseguir chegar aos tomadores de decisão da empresa (DARLING 2007).

## **2 METODOLOGIA**

A metodologia do presente estudo é composta pela categorização da pesquisa, geração de dados e a análise e interpretação dos dados.

### **2.1 CATEGORIZAÇÃO DA PESQUISA**

Na categorização da pesquisa foi delimitado vários trabalhos realizados no decorrer do estudo.

Com relação à pesquisa é quantitativa pois, foram gerados dados de pesquisas realizadas com esses acadêmicos e posteriormente a análise dos resultados obtidos.

No ponto de vista dos objetivos utilizou-se pesquisa exploratória, para melhor se identificar e familiarizar-se com o tema escolhido, com estudos bibliográficos na qual foram utilizadas ideias já publicadas e escritas de autores e de levantamento, consistindo na aplicação de um questionário com perguntas para os acadêmicos em estudo.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos todo o estudo utilizou-se dos procedimentos citados acima sendo relevante para o desenvolvimento do projeto.

### **2.2 GERAÇÃO DE DADOS**

O estudo de caso foi realizado através de um questionário aplicado aos acadêmicos do 1º, 2º, 7º, 8º semestre do curso de administração, Foram elaboradas 13 perguntas que foram aplicadas para os acadêmicos do 1º e 2º semestre do curso de administração e outro questionário com 15 perguntas aplicadas aos acadêmicos do 7º e 8º semestre do curso de administração, aplicadas para ambos os cursos no dia 16/05/2019.

### **2.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

O presente estudo foi realizado com a aplicação de questionários para os acadêmicos do curso de administração das Faculdades Integradas Machado de Assis – FEMA do município de Santos Rosa-RS. Na segunda etapa realizou-se a transcrição das respostas dos acadêmicos, e em seguida, na terceira etapa elaborou-se a análise das informações coletadas.

### 3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste tópico são abordados a análise dos resultados baseados nos objetivos específicos do presente trabalho, sendo eles, as expectativas dos acadêmicos do 1º e 2º semestre e a satisfação dos acadêmicos do 7º e 8º semestres do curso de Administração, em relação ao curso escolhido x o mercado de trabalho. 3.2 Comparação das expectativas iniciais de curso com a avaliação do final do curso. Propor formas de desenvolvimento que auxiliem os acadêmicos em sua preparação para o mercado de trabalho, visando um alinhamento da expectativas.

#### 3.1. A EXPECTATIVAS DOS ACADÊMICOS EM RELAÇÃO AO CURSO ESCOLHIDO X O MERCADO DE TRABALHO

Para atender o primeiro objetivo do presente trabalho elaborou-se uma pesquisa com os acadêmicos afim de identificar as expectativas e satisfação em relação ao curso de administração e o mercado de trabalho.

Como o estudo traz a história das gerações, procurou-se identificar as gerações que atualmente estão entrando no mercado de trabalho, questionando os acadêmicos sobre sua idade. Dos acadêmicos que possuem idade entre 17 a 28 anos totalizam 84,45%. 13,30% correspondem a acadêmicos com idade entre 29 e 36 anos. E de 37 a 59 anos encontram-se 2,20% dos acadêmicos, conforme ilustração 3.

IDADE	% DE RESPONDENTES
17 a 28 anos	84,45%
29 a 36 anos	13,30%
37 a 59 anos	2,20%
60 a 74 anos	0%

Ilustração 3: Faixa etária dos acadêmicos entrevistados.

Fonte: Produção da Pesquisadora.

Nota-se que a maioria dos acadêmicos nasceram a partir de 1991 contemplando a geração Z, geração esta que tem por características a ligação com o meio tecnológico o que acaba por vezes afastando os jovens do diálogo e do convívio social.

Conforme Bevilacqua relata que a geração Z possui jovens ligados ao meio tecnológico com mais facilidade, geração esta que o diálogo foi deixado de lado para fazer parte do cotidiano jogos, telefone, internet (BEVILACQUA, et al., 2016).

Sempre é bom escolher o curso com um propósito, questionados os acadêmicos sobre o motivo que os levou a escolher este curso, dos semestres iniciais 20% se identificam com o curso escolhido, 5% sofreram influências de amigos na escolha e nenhum jovem foi influenciado por familiares, porém 75% escolheram pelo mercado de trabalho que este curso oferece.

Já nos semestres finais 32% escolheram o curso de administração por se identificarem com este, nenhum sofreu influência de amigos, 8% por influência da família e 60% pelo mercado de trabalho. Percebe-se melhor o resultado na ilustração 4.

<b>Qual o motivo que o levou a escolher este curso?</b>	<b>1º e 2º semestre</b>	<b>7º e 8º semestre</b>
Me identifico com o curso	20%	32%
Influência de Amigos	5%	0
Influência da família	0	8%
Mercado de trabalho	75%	60%

Ilustração 4: Motivo pela escolha do curso de administração.

Fonte: Produção da Pesquisadora.

Percebe-se que a maioria dos acadêmicos escolheram o curso de administração pelas grandes oportunidades de atuação no mercado de trabalho que este proporciona, sendo que uma parcela bem menor ingressou no curso por identificação com a área, fator este que pode demonstrar dúvidas na hora da escolha da carreira, onde, no decorrer do curso cada um buscará as subáreas que mais se identificam, já que o curso de Administração proporciona este leque de opções, favorecendo o ingresso no mercado de trabalho futuramente. Quanto a influência de familiares, nota-se que houve autonomia dos acadêmicos em relação a escolha,

apenas uma pequena parcela ainda sofre este tipo de influência, o que é positivo, visto que indica maiores chances de seguir no curso por ser uma escolha pessoal.

O mercado de trabalho para a área da administração é amplo e vasto, por este motivo, a maioria dos acadêmicos acabam escolhendo tal curso, conseguindo assim maiores oportunidades.

A escolha da profissão complementa a identidade pessoal de cada um, contribuindo para a integração de sua personalidade. Escolha esta que envolve mudanças, perdas, medo do fracasso (VEINSTEIN, 1994 apud BARDAGI, et al., 2003).

Em relação ao planejamento da carreira quando questionados, os acadêmicos do 1º e 2º semestre, 90% entendem ser fundamental enquanto, 10% acham que não precisa. Dos acadêmicos do 7º e 8º semestre, 100% consideraram fundamental para o sucesso profissional, como pode-se perceber na ilustração 5.

Você acha que o planejamento da carreira é fundamental para o sucesso?		
	1º e 2º semestre	7º e 8º semestre
Sim	90%	100%
Não	10%	0

Ilustração 5: Planejamento da carreira para o sucesso.

Fonte: Produção da Pesquisadora.

O planejamento de carreira é fundamental para o crescimento profissional, devido às grandes exigências que o mercado possui atualmente, fica claro que a maioria dos acadêmicos de ambas as pesquisas demonstraram este conhecimento, mesmo assim, ainda há uma parcela que não considera importante, ponto que pode refletir em sua preparação e competitividade no mercado de trabalho enquanto profissional.

Devido às instabilidades econômicas os profissionais atuais precisam dar o melhor de si dentro e fora da organização pois, o mercado atual está exigindo demais. Devem estar preparados para enfrentar cada situação corriqueira na empresa. Estabelecer metas, descrever caminhos, objetivos, é necessário para todo planejamento de carreira de um profissional tanto aquele já inserido no mercado quanto aquele que ainda está em busca da vaga certa (SOUZA, et al., 2015).

Um currículo precisa ser atrativo e chamar atenção das empresas, quando perguntados se costumam manter atualizado currículo, 60% dos acadêmicos do 1º e 2º semestre dizem que sim, enquanto, 40% não atualizam. Nos semestres finais 7º e

8º semestre mostra que 52% dos acadêmicos não atualizam seus currículos com cursos que realizaram durante a graduação, e 48% dos acadêmicos, conforme ilustração 6.

Você costuma atualizar sempre seu currículo sendo atrativo para uma empresa?		
	1º e 2º semestre	7º e 8º semestre
Sim	60%	48%
Não	40%	52%

Ilustração 6: Atualização do currículo.

Fonte: Produção da Pesquisadora.

Apesar de grande parte dos acadêmicos do 7º e 8º semestre manterem seus currículos atualizados, percebe-se que a maioria não tem esta preocupação, ponto que pode ser melhorado, levando em consideração serem acadêmicos dos semestre finais, aptos para enfrentar o mercado de trabalho.

Para se construir um currículo que desperte o interesse dos grandes empresários, precisa-se ter determinada qual carreira o empregado deseja seguir, seja por motivos financeiros, gostos, por exigência de alguém, sempre mantendo-o atualizado (WHITE,2012).

Após a entrega do currículo buscou-se saber dos acadêmicos se eles se preparam para realizar a entrevista na empresa. Dos acadêmicos do 1º e 2º semestre, 90% se preparam para a entrevista, buscando saber melhor sobre a empresa, enquanto 10% não faz esta preparação. Dos acadêmicos dos semestre finais, 84% se preparam, enquanto 16% não.

O conhecimento é fundamental e uma grande chave profissional. O ato da entrevista requer conhecimento sobre a empresa o que faz grande diferencial e demonstra interesse do candidato, nota-se que a maioria dos entrevistados de ambos os semestres tem esta percepção, ponto positivo que se torna um diferencial.

As informações são rápidas e mudam a todo instante, quanto mais informações geram no mundo melhores são as oportunidades para os profissionais atuais. Estes para se preservarem no mercado de trabalho devem ser criativos e ter uma cultura organizacional (TAJRA; SANTOS, 2015).

Questionados sobre a importância do relacionamento interpessoal, 100% dos acadêmicos acreditam nesta ferramenta como diferencial, podendo-se perceber que dão real importância para este quesito e sabem que precisam colocar em prática.

Relacionamento interpessoal é saber lidar com as situações para manter relacionamentos que valem a pena, vantajosos, e a construção de um relacionamento mesmo sabendo que muitas vezes não vai precisar dele. Processo este de se relacionar com as pessoas o meio mais eficaz de conseguir chegar aos tomadores de decisão da empresa (DARLING, 2007).

Quando questionados sobre qual nota que se atribuem no quesito habilidade de relacionamento com as pessoas, os acadêmicos do 1º e 2º semestre, 5% se atribuem nota 3 e 6, numa escala de 0 a 10, 25% se avaliam como nota 7, 40% nota 8, 15% nota 9 e 1% dos acadêmicos se consideram nota 10 em termos de relacionamento com as pessoas.

Já os acadêmicos do 7º e 8º semestre, com nota 6 e 7, 12% dos acadêmicos se avaliaram, 52% dos acadêmicos atribuíram nota 8, 16% nota 9 e 8% dos acadêmicos se avaliam com nota 10 no critério avaliado.

		Que nota você dá para sua habilidade de relacionamentos com as pessoas?									
1º e 2º semestre		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
			0%	0%	5%	0%	0%	5%	25%	40%	15%
7º e 8º semestre		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		0%	0%	0%	0%	0%	12%	12%	52%	16%	8%

Ilustração 7: Habilidade de relacionar-se com as pessoas.

Fonte: Produção da Pesquisadora.

Conforme ilustração 7, nota-se que grande percentual de acadêmicos de ambos os semestres pesquisados se avaliam com nota acima de 7, apenas uma pequena parcela admite uma pontuação menor que 7, fator que abre espaço para o desenvolvimento. Aos que se atribuíram nota 10, ainda assim existe possibilidade de desenvolvimento, visto este ser um fator que exige aprendizados constantes, seja com conhecimento teórico, seja com a prática.

O *network* (relacionamento) prepara para qualquer situação de mais confiança na capacidade que cada indivíduo tem de encontrar e se relacionar com pessoas, assim maior será a possibilidade e predisposição de um relacionamento vantajoso (DARLING, 2007, p.7).

Para um colaborador estar bem no trabalho e conseguir realizar com clareza as tarefas, ele precisa gostar e estar satisfeito com seu emprego. Quando questionados os acadêmicos sobre a satisfação com a carreira profissional hoje, 45% dos acadêmicos do 1º e 2º semestre responderam que estão satisfeitos, 40%



responderam que não estão satisfeitos com a carreira profissional atual e 15% dos acadêmicos não trabalham. Nos semestre finais 7º e 8º semestre todos os acadêmicos trabalham porém, 68% estão satisfeitos com sua carreira profissional e 32% não estão satisfeitos. É o que demonstra a ilustração 8.

Você está satisfeito com sua carreira profissional hoje?		
	1º e 2º semestre	7º e 8º semestre
Sim	45%	68%
Não	40%	32%
Não estou trabalhando	15%	0%

Ilustração 8: Satisfação com a carreira profissional atual.

Fonte: Produção da Pesquisadora.

Conforme ilustração 8, pode-se perceber que há um número de alunos dos semestre iniciais que ainda não estão trabalhando, dos que já estão no mercado de trabalho, apesar de grande parte dos entrevistados estarem satisfeitos, há um percentual considerável que não tem satisfação, ponto este que merece uma atenção especial, pois a insatisfação pode acarretar em estresses desnecessários no trabalho, interferindo em outras áreas da vida deste profissional e, conseqüentemente, bloqueando novas oportunidades para a troca de trabalho.

A satisfação no trabalho representa a vivencia prazerosa que o indivíduo possui dentro da organização. A satisfação no trabalho se origina de cinco dimensões, estas que propiciam a satisfação pelo trabalho, “sendo em forma de salários e promoções, a convivência com os colegas e com os chefes, também quanto à realização das suas tarefas, proporciona a esse indivíduo sentimentos gratificantes ou prazerosos.” (SIQUEIRA, 2008, s/p apud TONETTO, 2013, p. 10).

Quando se trata de carreira, um curso de ensino superior, tem como objetivo melhorar a preparação dos jovens para o ingresso no mercado de trabalho. Quanto maior o preparo, melhor será o desempenho em seu trabalho, perguntado aos acadêmicos se consideram que estão preparados para ingressar no mercado de trabalho em áreas da administração. Os semestre iniciais 30% se consideram preparados e 70% ainda não. Já nos semestre finais, 92% dos acadêmicos encontram-se preparados enquanto 8% ainda acreditam que não estão aptos. É o que mostra a ilustração 9.

Atualmente, você se considera preparado para ingressar no mercado de trabalho em sua área de graduação?		
	1º e 2º semestre	7º e 8º semestre
Sim	30%	92%
Não	70%	8%

Ilustração 9: Preparação para o ingresso no mercado de trabalho.

Fonte: Produção da Pesquisadora.

Pode-se perceber que na ilustração 9, os acadêmicos dos semestres iniciais, a maioria diz não estar preparada, demonstrando que estes entendem que o preparo virá durante o decorrer do curso de administração e que a bagagem que tem até então ainda não é suficiente para considerarem-se totalmente aptos.

Já os acadêmicos dos semestres finais a grande maioria considera-se preparada, podendo-se levar em consideração o fato de muitos já estarem trabalhando e compreendendo a importância de colocar em prática o que viram até então na faculdade.

O trabalho “está ligado a um processo, à transformação, a um momento de independência, a um rito de passagem para a vida adulta. O trabalho para o jovem significa o sentimento de ser útil e a conquista de seu papel de contribuinte e de portador de valor na sociedade.” (SANTOS, 2018, p. 96).

A carreira é um passo fundamental na vida de qualquer profissional. Através dela um profissional terá sucesso e conseguirá alcançar seus objetivos. Perguntado aos acadêmicos sobre a pretensão em termos de carreira em um período de curto prazo, 25% dos acadêmicos do 1º e 2º semestre querem abrir seu próprio negócio, 55% pretendem buscar oportunidades em outras empresas e 20% dos acadêmicos estão satisfeitos com o trabalho atual, pretendendo ficar. Já os semestres finais, 24% pretendem abrir seu próprio negócio, 44% pretendem buscar uma oportunidade em outra empresa e 32% estão satisfeitos com o trabalho atual. A ilustração 10 mostra tais resultados.

Qual é sua pretensão em termos de carreira em um período curto prazo?		
	1º e 2º semestre	7º e 8º semestre
Abrir meu próprio negócio	25%	24%
Buscar oportunidade em outra empresa	55%	44%
Estou satisfeito com meu trabalho, pretendo ficar onde estou	20%	32%

Ilustração 10: Pretensão em termos de carreira em um período de curto prazo.

Fonte: Produção da Pesquisadora.

A ilustração 10, mostra a pretensão dos acadêmicos em termos de carreira em curto prazo, demonstrando que a grande maioria quer abrir seu próprio negócio, empreender, o que faz valer a pena o curso escolhido. Outros acadêmicos estão satisfeitos com o lugar atual de trabalho e pretendem ficar porém em ambos os semestres a maioria dos acadêmicos responderam que pretendem buscar oportunidade em outra empresa, fato esse que mostra insatisfação destes jovens no trabalho que estão atualmente, fazendo com que eles vão a procura de algo mais influenciador, a gosto deles.

O trabalho não representa uma simples atividade que será realizada pelas pessoas em seu cotidiano, somente para seu sustento, mas pode ser entendido como uma importante manifestação do ser humano, em que este é capaz de transformar e, ao mesmo tempo, sofrer transformações. A escolha profissional tem muita importância na vida das pessoas (ZANELLI, et al., 2004 apud CHIOCCA, et al., 2016).

O aperfeiçoamento de um currículo é essencial para uma boa vaga de trabalho, seja após formado ou durante o curso de graduação. Questionados os acadêmicos do 1º e 2º semestre se pretendiam realizar outro curso além da graduação para melhor se especializar para o mercado de trabalho, 85% dos acadêmicos disseram que sim, e 15% responderam que não, conforme mostra a ilustração 11.

Você pretende realizar outro curso além da graduação para melhor se especializar para o mercado de trabalho estando pronto assim que se formar com um bom currículo?	
Sim	85%
Não	15%

Ilustração 11: Preparação durante a graduação com cursos extras.

Fonte: Produção da Pesquisadora.

O mesmo tema de pergunta fez-se com os acadêmicos do 7º e 8º semestre do curso de administração porém com um enfoque um pouco diferenciado. Perguntados se os acadêmicos realizaram outro curso durante a graduação, 56% responderam que sim, realizaram e 24% disseram que não.

Você realizou outro curso durante a sua graduação para melhor se especializar para o mercado de trabalho estando pronto agora que irá se formar, com um bom currículo?	
Sim	56%
Não	44%

Ilustração 12: Preparação durante a graduação com cursos extras.  
Fonte: Produção da Pesquisadora.

A preparação é fundamental para o mercado de trabalho, conforme ilustração 12 percebe-se que os acadêmicos que estão ingressando na faculdade, entendem esta importância, uma pequena parcela diz não ter interesse de buscar outros cursos, fator que pode ser alterado durante o percurso até o final da faculdade.

Dos acadêmicos em fase de conclusão de curso, conforme ilustração 12, pode-se perceber que mesmo a maioria tendo realizado cursos extras para adquirirem conhecimentos, ou para agregar em seu currículo ainda, 44% dos acadêmicos não realizaram nenhum curso mostrando pouco interesse por parte dos acadêmicos.

Toda empresa busca no decorrer de sua caminhada organizacional o sucesso e a permanência no mercado. Para isto é necessário manter um quadro de funcionários que agregam valor para a empresa e que ajudarão a atingir seus objetivos. Ser criativo, ter potencial, vontade de aprender e vencer, ser proativo são valores insubstituíveis e muito procurado pelas organizações (BAYLAO; ROCHA, 2014).

Os objetivos devem estar sempre alinhados para conseguir chegar onde desejar. Realizada a pergunta para os acadêmicos do 1º e 2º semestre: Você traçou objetivos a serem realizados durante o curso de administração? 85% responderam que sim e 15% que não traçaram nenhum objetivo.

Mesma pergunta foi direcionada para os acadêmicos do 7º e 8º semestre mas, com um enfoque diferente perguntando se os objetivos traçados foram alcançados de maneira esperada. 60% dos acadêmicos do curso responderam que sim, os objetivos traçados foram alcançados porém, 40% dos acadêmicos informaram que não conseguiram alcançar os objetivos.

Nota-se que os acadêmicos que estão ingressando na faculdade, em sua maioria se preocupam em traçar seus objetivos com a graduação. Já os que estão encerrando a faculdade, boa parte diz não ter conseguido alcançar estes objetivos, demonstrando assim uma oportunidade de melhoria no que tange ao planejamento da vida acadêmica e conseqüentemente profissional, para que se atinja os resultados esperados.

É melhor traçar objetivos do que ter a falta deles, falta esta que muitos profissionais deixam de atingir suas metas. Um objetivo traçado precisa ser alcançado e buscado, senão não passara de um simples sonho. É preciso desenhar um caminho,

onde deseja chegar ou onde quer alcançar assim elaborar um planejamento e após isto seguir os passos corretamente para levá-lo a atingir seus objetivos (BATISTA, 2004).

### 3.2 COMPARAÇÃO DAS EXPECTATIVAS INICIAIS DE CURSO COM A AVALIAÇÃO DO FINAL DO CURSO

Com a apuração dos resultados obtidos conforme o item 3.1 quando questionados os acadêmicos sobre o planejamento ser fundamental para o sucesso profissional, nota-se que uma porcentagem dos acadêmicos do 1º e 2º semestre não consideram relevante o planejamento, pensamento este que precisa ser modificado durante o curso de graduação com materiais que agregam informações sobre o assunto pois, sem um planejamento seja ele de curto ou longo prazo não se tem objetivos, e sem objetivos não se tem um caminho a ser percorrido.

O currículo é chave fundamental para o mercado de trabalho porém ainda existem acadêmicos que não consideram este fator importante. Questionados sobre a atualização do currículo na busca de uma oportunidade de trabalho, obteve-se um grande número de acadêmicos tanto do 1º e 2º semestre quanto do 7º e 8º semestre que não atualizam seus currículos, situação que precisa ser corrigida com atualizações mais recentes de cursos concluídos ou que estão cursando pois, este é o primeiro documento para a entrada no mercado de trabalho.

Após a entrega do currículo o segundo passo para entrar em uma organização é a entrevista, questionou-se os acadêmicos se eles se preparam para a entrevista, tendo nesta questão uma resposta positiva com grande número de jovens se preparando para a realização desta. Para o restante dos jovens que não se preparam, precisam começar a se prepararem, estudando sobre a organização, o que trabalha e até algumas questões que são básicas em todo processo seletivo.

Também questionou-se sobre a satisfação dos acadêmicos com a carreira profissional que possui atualmente, mesmo a grande maioria estando satisfeitos, ainda existe um número que não estão satisfeitos e felizes com sua carreira profissional, situação esta que pode ser alterada com a entrega de currículos em empresas ou na própria instituição de ensino, onde existe o FEMA carreira projeto que buscar inserir o jovem acadêmicos no mercado de trabalho e também com projetos

de autodesenvolvimento e autoavaliação sobre sua identificação pessoal com o trabalho x insatisfação. A busca pelo autoconhecimento é fundamental.

Perguntado sobre a preparação durante a graduação com cursos extras, os acadêmicos do 1º e 2º semestre passaram uma visão positiva, obtendo a maioria dos acadêmicos pretensão em realizar cursos extras, já o restante dos acadêmicos não pretendem realizar cursos extras o que não favorece o currículo para o mercado de trabalho.

Dos acadêmicos dos semestres finais 7º e 8º a pergunta foi direcionada se eles realizaram cursos extras durante a graduação, obteve-se um grande número de acadêmicos que não realizaram cursos extras, excluindo-se assim de um maior conhecimento. Sugere-se para todos os acadêmicos a busca de aperfeiçoamento constante, além da sala de aula, pois através disto estarão melhores preparados para enfrentar o mercado de trabalho e também para um melhor aproveitamento do conteúdo passado em sala de aula. Isso vale independentemente de se ter um emprego ou não.

Analisando também a questão da insatisfação no trabalho, esta é uma boa maneira de se tornar mais atrativo mediante outras empresas, facilitando a possibilidade de um novo emprego.

Quando perguntado aos acadêmicos dos semestres finais se os objetivos traçados foram alcançados de maneira esperada obteve-se uma porcentagem significativa de acadêmicos que disseram não ter alcançado, devendo ainda traçar outra forma e caminho de alcançá-los.

Outro aspecto importante foi questionado aos acadêmicos, sobre sua relação interpessoal, qual a nota que se dariam para essa habilidade. Foram poucos acadêmicos, independente do semestre, que se deram nota abaixo de 05 pontos, no entanto é necessário ressaltar que a busca por autoconhecimento e desenvolvimento pessoal é contínua.

Batista relata que um profissional atual precisa estar preparado e atendo as mudanças que vem ocorrendo no mercado, precisa enxergar as oportunidades como diferencial. A falta de objetivos é um dos aspectos mais influentes quando se fala em não conseguir atingir seus metas e objetivos pois, a partir do momento em que estiver um objetivo traçados precisará trabalhar para conseguir atingi-lo. Poucas são as vezes que um profissional ficou bem sucedido profissionalmente sem fazer algum esforço, sem ter uma rede de *networking*, rede esta que tem se tornado ferramenta principal

para os profissionais da atualidade, o respeito com os profissionais e até mesmo com os colegas (BATISTA, 2004).

O profissional em busca de uma carreira desejada, traçando objetivos, se preparando, não desistindo, conseguirá chegar onde almeja.

### 3.3. PROPOR FORMAS DE DESENVOLVIMENTO QUE AUXILIEM OS ACADÊMICOS EM SUA PREPARAÇÃO PARA O MERCADO DE TRABALHO, VISANDO UM ALINHAMENTO DA EXPECTATIVAS

Para atender ao terceiro objetivo específico do presente trabalho, a partir da análise das respostas dos acadêmicos, são propostas aqui algumas alternativas para auxiliar o desenvolvimento da carreira destes.

Muitos acadêmicos não encontram-se satisfeitos com a carreira profissional hoje, mas, ao longo do curso eles se desenvolverão e conseguirão se preparar melhor para o mercado de trabalho, buscando assim chegar onde sonham e no cargo desejado.

Para isto sugere-se que paralelo as atividades de sala de aula, busquem cursos presenciais ou até mesmo à distância, que complementem o conhecimento de sala de aula além de um currículo bem elaborado dando o primeiro passo para entrar em uma organização, o preparo para uma entrevista, o conhecimento da empresa que irá trabalhar, dentre outros. “Novas qualificações e competências exigidas por novos modelos de negócios e das tecnologias emergentes são fatores limitantes para a transição jovem-mercado de trabalho.” (SANTOS, 2018, p. 97).

Comunicar-se com as pessoas também é algo essencial para uma boa relação tanto no trabalho quanto na convivência com amigos e familiares. O relacionamento interpessoal é fundamental, alguns acadêmicos precisam aprimorar conhecimentos e evoluir neste aspecto, para isto sugere-se que busquem cursos específicos nesta área, como dicção e o oratória por exemplo, que pode auxiliar numa melhor desenvoltura no momento de conversar com uma pessoa ou ainda para fazer apresentações mais assertivas.

A busca do autoconhecimento é fundamental para qualquer profissional, independente da fase de carreira que este se encontre, sugere-se que os acadêmicos busquem formas de se conhecer mais e identificar seus pontos fortes e pontos a

melhorar, fazendo com que suas ações na busca de uma carreira efetiva, sejam direcionadas corretamente, de acordo com o potencial de cada um.

Pode-se perceber também uma falta de clareza dos acadêmicos com relação aos seus objetivos profissionais. Vale ressaltar que, independente do semestre em que se encontram, saber o que se quer é de extrema importância para uma boa colocação no mercado. Sugere-se que os acadêmicos busquem tirar um tempo para se conhecer melhor, identificar seus desejos, aquilo que realmente almejam para a vida, coloquem no papel e comecem a inserir pequenas práticas para se aproximarem do resultado.

Hoje em dia existem inúmeras opções de ferramentas simples para planejamento pessoal, como por exemplo, o 5W2H (o que?, quando?, como?, onde?, por que?, quem?, quanto custa?) que faz com que se tenha uma noção melhor de qual o primeiro passo a ser dado na busca do desenvolvimento.

Planejar é analisar as necessidades que se tem, procurar caminhos que as satisfaçam, em busca da realização dos objetivos. Forma de autoconhecimento sendo um passo para o sucesso pessoal, onde se consegue o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional (BRITO, 2014).

Se diferenciando entre meios os outros profissionais e buscando sempre o aprendizado e o conhecimento, estará preparado para qualquer caminho que for traçar.

## **CONCLUSÃO**

O mercado de trabalho atual está em busca de profissionais diferenciados, capazes de se destacarem e preparados para enfrentar e buscar seus objetivos profissionais. O tema do presente estudo foi analisar a preparação dos acadêmicos do ensino superior e o mercado de trabalho: um estudo de caso no curso de administração em uma instituição de ensino privado, delimitando-se o estudo na instituição de ensino FEMA - Faculdades integradas Machado de Assis do município de Santa Rosa/RS.

Quanto ao objetivo geral deste trabalho, buscou investigar a expectativa dos acadêmicos do 1º, 2º, 7º e 8º semestres do curso de administração em relação às exigências do mercado de trabalho na área administrativa e sua preparação para o ingresso, subdividindo em objetivos específicos, sendo o primeiro realizado uma



análise das expectativas dos acadêmicos do 1º e 2º semestre e a satisfação dos acadêmicos do 7º e 8º semestres do curso de Administração, em relação ao curso escolhido x o mercado de trabalho, para atender este objetivo foi aplicado um questionário aos acadêmicos dos semestres iniciais e finais com perguntas de múltipla escolha.

Segundo objetivo foi realizado a comparação das expectativas iniciais de curso com a avaliação do final do curso, com o questionário aplicado, foi realizada análise e assim a comparação das respostas dos acadêmicos.

E para finalizar os objetivos específicos, propor formas de desenvolvimento que auxiliem os acadêmicos em sua preparação para o mercado de trabalho, visando um alinhamento da expectativas. Dentre as sugestões de melhoria está a realização de atividades paralelas às de sala de aula, buscando cursos presenciais ou até mesmo à distância que complementem o conhecimento de sala de aula, melhoria esta citada no item 3.3 do trabalho.

No que diz respeito ao problema de pesquisa que baseou em analisar quais os aspectos mais influentes para a preparação e o ingresso do jovem no mercado de trabalho? Identificou-se que um currículo bem elaborado, o preparo para uma entrevista, o planejamento do que se quer, entre outros, são fundamentais.

No geral identificou-se que os acadêmicos estão seguindo na direção correta, estão traçando objetivos, estão buscando adquirir conhecimentos, muitos realizam planejamento e possuem um bom desenvolvimento pessoal.

Como sugestão para estudos futuros, um questionário aplicado aos acadêmicos que atualmente encontram-se nos semestres iniciais quando estiverem no término do curso, comparando suas expectativas e planejamento com a realidade que estiverem vivenciando.

## REFERÊNCIAS

ARAUJO, Ana Sabrina Rodrigues de. **Geração Y, Comportamento de consumo: Exagerado ou consciente.** 2011. Disponível em: <<https://www.uni7.edu.br/ic2011/74.pdf>>. Acesso em: 14 de abr. de 2019.

ARAUJO, Maria Aparecida A. **Etiqueta Empresarial.** Qualitymark. Rio de Janeiro. 2004.

BARDAGI, Marúcia Patta; LASSANCE, Maria Célia Pacheco; PARADISO, Ângela Carina. **Trajecória Acadêmica e Satisfação com a Escolha Profissional de Universitários em Meio de Curso**. 2003. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rbop/v4n1-2/v4n1-2a13.pdf>>. Acesso em: 04 de jun. de 2019.

BATISTA, Anderson Hernander. **O perfil do profissional de sucesso do mundo moderno**. 2004. 1 edição. Disponível em <<http://www.andersonhernandes.com.br/wp-content/uploads/2011/12/perfil.pdf>>. Acesso em: 27 de maio de 2019.

BAYLAO, André Luis da Silva; ROCHA, Ana Paula de Souza. **A Importância do Processo de Recrutamento e Seleção de Pessoal na Organização Empresarial**. 2014. Disponível em <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/20320178.pdf>>. Acesso em: 27 de maio de 2019.

BEVILACQUA, Lucca B; BASILIO, Antenor; TERÇARIOL, Camilo; NARDI, Antônio. **O perfil das gerações X, Y e Z**. 2016. Disponível em: <<http://estacioribeirao.com.br/revistacientifica/arquivos/revista7/3.pdf>>. Acesso em: 14 de abr. de 2019>.

BRITO, Camila Harder de. **PLANEJAMENTO PESSOAL E PROFISSIONAL**. 2014. Disponível em <<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1111390372.pdf>>. Acesso em: 08 de jun. de 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Escolha seu futuro**: como definir e construir o seu caminho profissional. Manole Ltda. São Paulo. 2012. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520447932/cfi/5!/4/2@100:0.00>>. Acesso em 23 de jun. de 2019.

CHIOCCA, Bruna; FAVRETTO, Liani Hanauer; FAVRETTO, Jacir. **Escolha profissional**: fatores que levam a cursar uma segunda graduação. 2016. Disponível em <[https://www.google.com/search?rlz=1C1GCEA\\_enBR769BR769&ei=0hjrXNvIEYHC5OUPu7mhqAs&q=escolha+da+carreira+profissional+artigo&oq=escolha+da+carreira+profissional+artigo&gs\\_l=psy-ab.3..33i22i29i30.10379.11389..12363...0.0..1.882.3210.2-1j5-2j2.....0....1..gws-wiz.....0i71j0j0i22i30.iUXVxdwE704](https://www.google.com/search?rlz=1C1GCEA_enBR769BR769&ei=0hjrXNvIEYHC5OUPu7mhqAs&q=escolha+da+carreira+profissional+artigo&oq=escolha+da+carreira+profissional+artigo&gs_l=psy-ab.3..33i22i29i30.10379.11389..12363...0.0..1.882.3210.2-1j5-2j2.....0....1..gws-wiz.....0i71j0j0i22i30.iUXVxdwE704)>. Acesso em: 26 de maio de 2019.

DARLING, Diane. **NETWORKING**: Desenvolva sua carreira criando bons relacionamentos. Rio de Janeiro: Sextame, 2007. GMT Editores Ltda.

DUTRA, Joel Souza. **Gestão de Carreiras**. A pessoa, a organização e as oportunidades. 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2017. Biblioteca FEMA EAD. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012958/cfi/6/2!/4/2@0:0>>. Acesso em: 16 de abr. de 2019.

FERREIRA, Ismael; TEIXEIRA, Regina. **ESCOLHA PROFISSIONAL**: Entre os sonhos, os ideais e o capitalismo. Disponível em: <[https://www.google.com/search?q=ESCOLHA+PROFISSIONAL%3A+Entre+os+sonhos%2C+os+ideais+e+o+capitalismo&rlz=1C1GCEA\\_enBR769BR769&oq=ESCOLHA+PROFISSIONAL%3A+Entre+os+sonhos%2C+os+ideais+e+o+capitalismo&aqs=chrome..69i57.2857j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=ESCOLHA+PROFISSIONAL%3A+Entre+os+sonhos%2C+os+ideais+e+o+capitalismo&rlz=1C1GCEA_enBR769BR769&oq=ESCOLHA+PROFISSIONAL%3A+Entre+os+sonhos%2C+os+ideais+e+o+capitalismo&aqs=chrome..69i57.2857j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)>. Acesso em: 24 de maio de 2019.

INDALECIO, Anderson Bençal; CAMPOS, Douglas Aparecido de. **Reflexões sobre o educar em um mundo nativo digital**. 2016. Disponível em: <[https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/04/reflexoes\\_sobre\\_o\\_educar\\_em\\_um\\_mundo\\_nativo\\_digital.pdf](https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/04/reflexoes_sobre_o_educar_em_um_mundo_nativo_digital.pdf)>. Acesso em: 13 de abr. de 2019.

JORGE, Carlos Francisco Bitencourt; JACOBINO, Francielle; RODRIGUES, Juliana da Costa; CAZANE, Ana Livia. **As mudanças de gerações e o impacto na construção do conhecimento organizacional**. Disponível em: <<http://www.uel.br/eventos/cinf/index.php/secin2016/secin2016/paper/viewFile/278/141>>. Acesso em: 20 de mar. de 2019.

MENEZES, Nayra; MORAIS, Marizangela; RASSI, Werianny. **INFLUÊNCIA DA GERAÇÃO “Z” NA RELAÇÃO DE CONSUMO**. Disponível em: <<file:///C:/Users/USER/Desktop/8%C2%BA%20Semestre/6%C2%BA%20feira%20-%20Estagio%20Supervisionado%20II/INFLU%C3%8ANCIA%20DA%20GERA%C3%87%C3%83O%20Z%20NA%20RELA%C3%87%C3%83O%20DE%20CONSUMO.pdf>>. Acesso em 13 de abr. de 2019.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Como elaborar um plano de carreira para ser um profissional bem-sucedido**. 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2018. Biblioteca FEMA EAD. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597015577/cfi/6/2!/4/2@0:0>>. Acesso em: 16 de abr. de 2019.

OLIVEIRA, Sidnei, KNOPLUCH, Zilda. CORSO, Mario. **Cinco gerações contemporâneas**. Uma descrição. 2011. Disponível em: <<http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao361.pdf>>. Acesso em: 20 de mar. de 2019.

\_\_\_\_\_. **Gerações**. Encontros e desencontros e novas perspectivas. Disponível em: <[https://cdn.shopify.com/s/files/1/2460/8329/files/Geracoes\\_Livreto.pdf](https://cdn.shopify.com/s/files/1/2460/8329/files/Geracoes_Livreto.pdf)>. Acesso em: 26 de mar. de 2019.

ROBBINS, Stephen P. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**. 8 ed. São Paulo. Pearson Prentice Hall 2009.

SANTOS, Antônio Wilson dos. **O Jovem e o mercado de trabalho no Brasil: um estudo bibliométrico nos últimos dez anos.** Revista interdisciplinar encontro das ciências v.1, n.1. 2018. Disponível em: <  
[https://www.google.com/search?rlz=1C1GCEA\\_enBR769BR769&ei=-vL7XLDCDL265OUP6tuJmAU&q=mercado+de+trabalho+artigo+cientifico&oq=mercado+de+trabalho+artigo+cientifico&gs\\_l=psy-ab.3..0j0i22i30l3.864211.873667..873885...0.0..4.797.4993.0j16j3j1j0j1j1.....0....1..gws-wiz.....0..0i71j0i131j0i67.GK0lus5B1XE](https://www.google.com/search?rlz=1C1GCEA_enBR769BR769&ei=-vL7XLDCDL265OUP6tuJmAU&q=mercado+de+trabalho+artigo+cientifico&oq=mercado+de+trabalho+artigo+cientifico&gs_l=psy-ab.3..0j0i22i30l3.864211.873667..873885...0.0..4.797.4993.0j16j3j1j0j1j1.....0....1..gws-wiz.....0..0i71j0i131j0i67.GK0lus5B1XE)>. Acesso em: 08 de jun. de 2019.

SOUZA, Bruna Florindo Vieira de; TÓFOLI, Irso; TÓFOLI, TERAOKA, Eduardo -. **Planejamento estratégico da carreira profissional.** 2015. Disponível em: <  
<http://www.unisalesiano.edu.br/simposio2015/publicado/artigo0125.pdf>>. Acesso em: 10 de abr. de 2019.

TEIXEIRA, Ana P. P; PETUCO, Cintia; GAMARRA, Lorena; KUHLER, Carolina. TEIXEIRA, Rafael. KLEIN, Amarolinda. **O sentido do trabalho: uma análise à luz das gerações x e y.** UnilaSalle Editora. Canoas, n. 25, abr. 2014. Disponível em: <  
<https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/Dialogo/article/view/1485/1044>>. Acesso em: 27 de mar. de 2019.

TJARA, Sanmya Feitosa; SANTOS, Welinton dos. **Planejando a Carreira: Guia Prático para o Desenvolvimento Pessoal e Profissional.** 2015. - 1. ed. São Paulo : Érica. Disponível em<  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536517933/cfi/1!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em 09 de jun. de 2019.

TONETTO, Rosana Cristina Zambon. **A SATISFAÇÃO NO TRABALHO: Um estudo com os Servidores Públicos Estaduais do Poder Judiciário de Catuípe –RS.** Disponível em: <  
<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1944/Rosana%20Tonetto%20-%20TCC%20FINAL.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 08 de jun. de 2019.

VELOSO, Elza Fatima Rosa. DUTRA, Joel Souza. NAKATA, Lina Eiko. **Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações y, x e baby boomers.** Revista de Gestão, Abril – Junho 2016. Disponível em: <  
<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1809227616300108?token=B31478CCAE32E93E76E1543B192C5F600ADE6F3CCE4172C51AE0EDD366BD144DB800398D7AE80D5B04C7F4DEB0430954>>. Acesso em: 27 de mar. de 2019.

WAGNER III, John A; HOLLENBECK, John R. **Comportamento organizacional.** Criando vantagem Competitiva. 1 edição. São Paulo. Saraiva. 2006.

WHITE, Aggie. **Planejamento de carreira e networking.** São Paulo: Cengage Learning: Editora Senac Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522114191/cfi/2!/4/4@0.00:29.5>>. Acesso em: 12 de abr. de 2019.