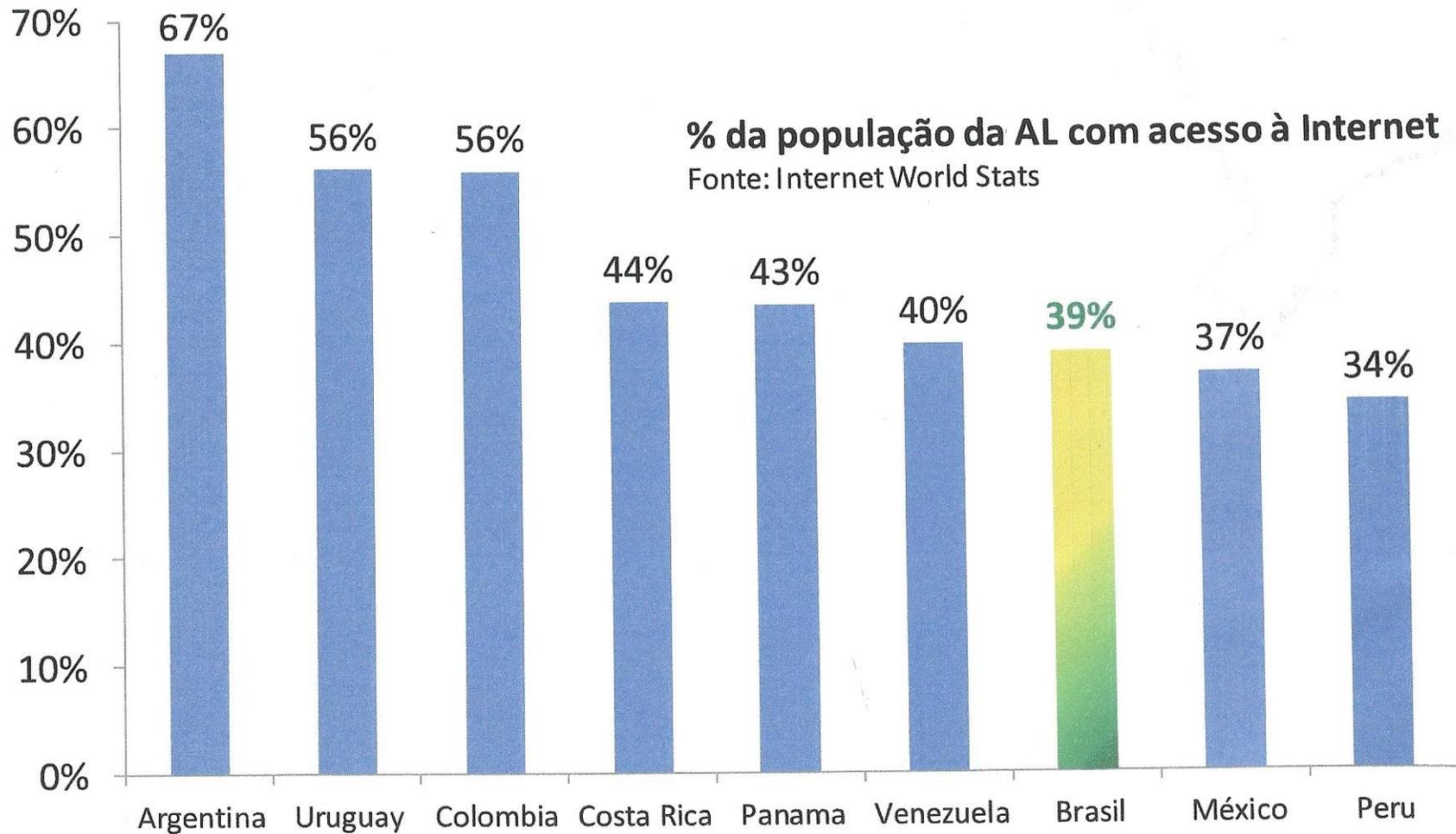


GESTÃO, EMPREENDEDORISMO E EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Modelo para o Século XXI

Professor Silvestre Prado de Souza Neto

Conectados?

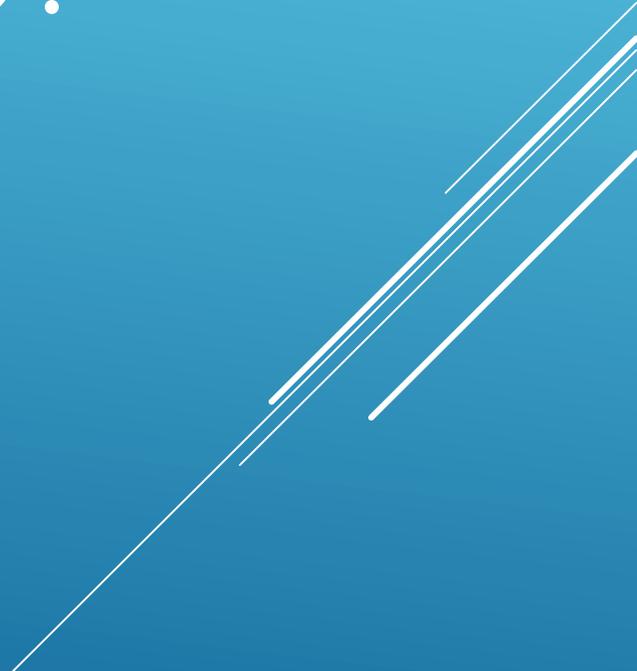


O Brasil é o sétimo país da América Latina em percentual de pessoas com acesso a internet.



O Brasil é o sétimo país da América Latina em percentual de pessoas com acesso a internet.

Isso representa muito ou pouco?



O Brasil é o sétimo país da América Latina em percentual de pessoas com acesso a internet.

Isso representa muito ou pouco?

O que isso interessa para a Educação de qualidade?

Decorative white lines consisting of several parallel diagonal strokes in the bottom right corner of the slide.

Revolução educacional no Século XIX!



O Brasil é o sétimo país da América Latina em percentual de pessoas com acesso a internet.

Isso representa muito ou pouco?

O que isso interessa para a Educação de qualidade?

Os estudantes brasileiros se interessam pelas aulas que usam a fantástica tecnologia revolucionária do **Século XIX** chamada de quadro negro, embora atualmente seja pintado de verde?

O Brasil é o sétimo país da América Latina em percentual de pessoas com acesso a internet.

Isso representa muito ou pouco?

O que isso interessa para a Educação de qualidade?

Os estudantes brasileiros se interessam pelas aulas que usam a fantástica tecnologia revolucionária do Século XIX chamada de quadro negro, embora seja pintada de verde?



Frase do dono do facebook:

“Brasileiros estragam a rede.

Onde tem brasileiro, tem problema”

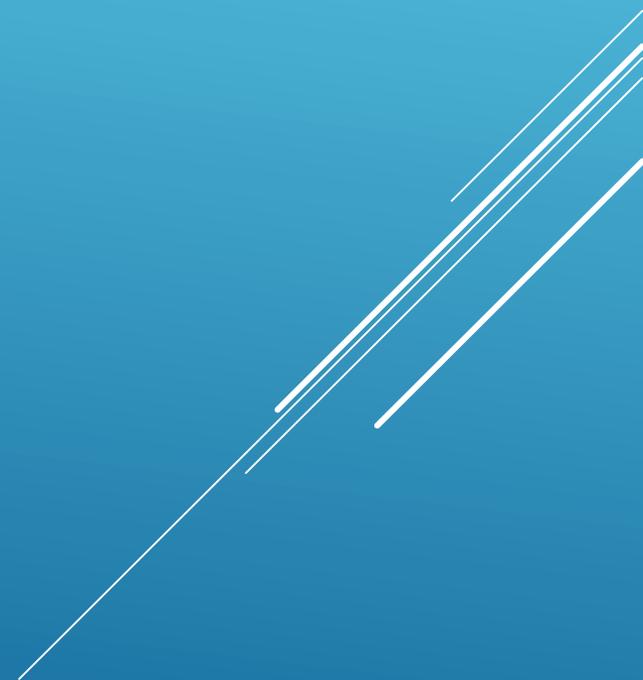
Os brasileiros estão perto de dominar o Facebook. Uma pesquisa realizada pela Socialbakers, uma empresa que oferece estatísticas sobre redes sociais em todo o mundo, revelou que o número de perfis brasileiros tem crescido rapidamente.



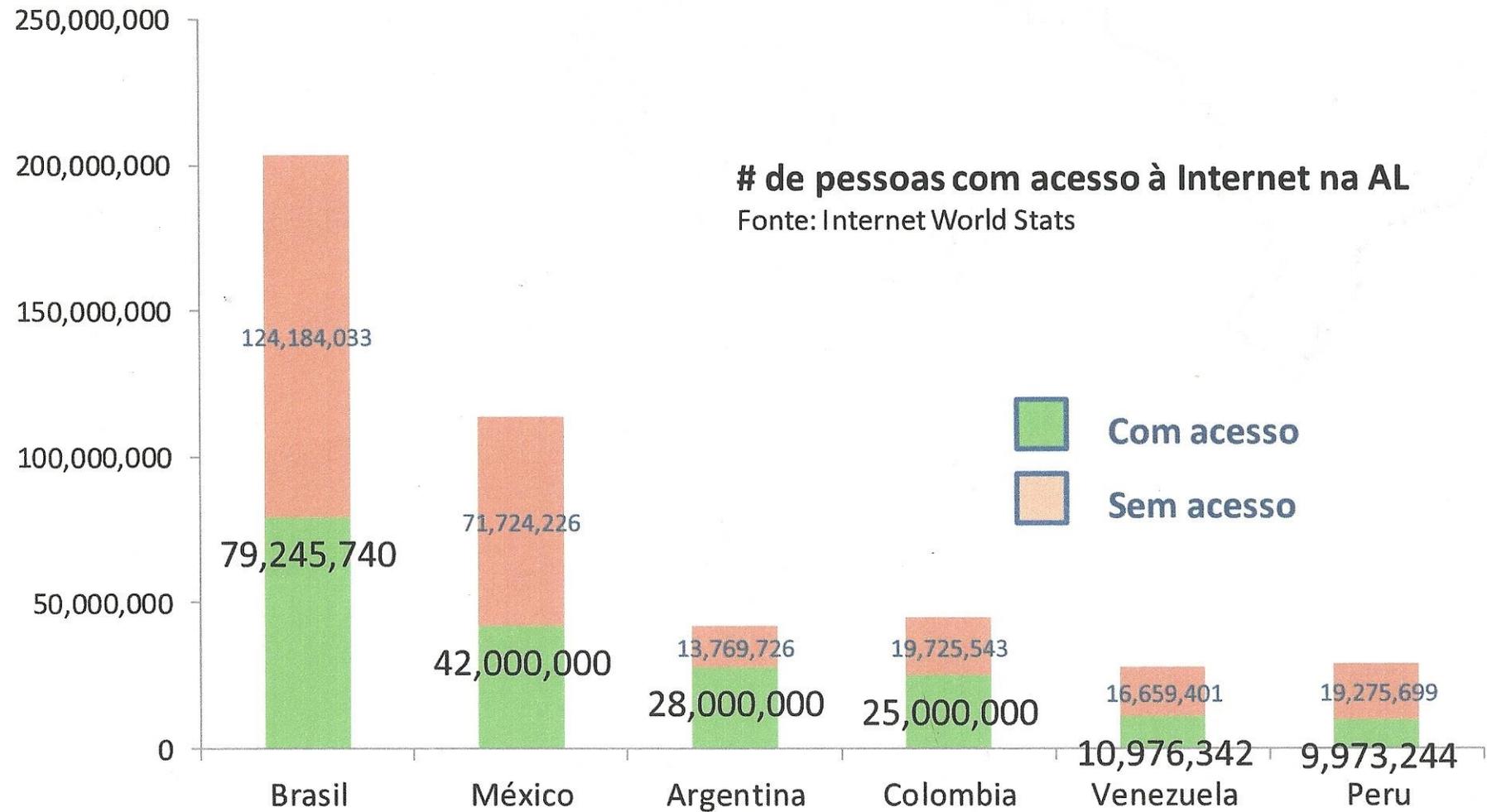
Hoje, o Brasil ocupa o terceiro lugar no ranking, com mais de 90 milhões de usuários, mas pode alcançar a segunda posição já no próximo mês, em dezembro de 2015, aponta o levantamento.

Atualmente, os **Estados Unidos** ocupam o topo da lista, seguidos pela Índia.

Quantos são os
efetivamente
conectados no
Brasil em 2015?



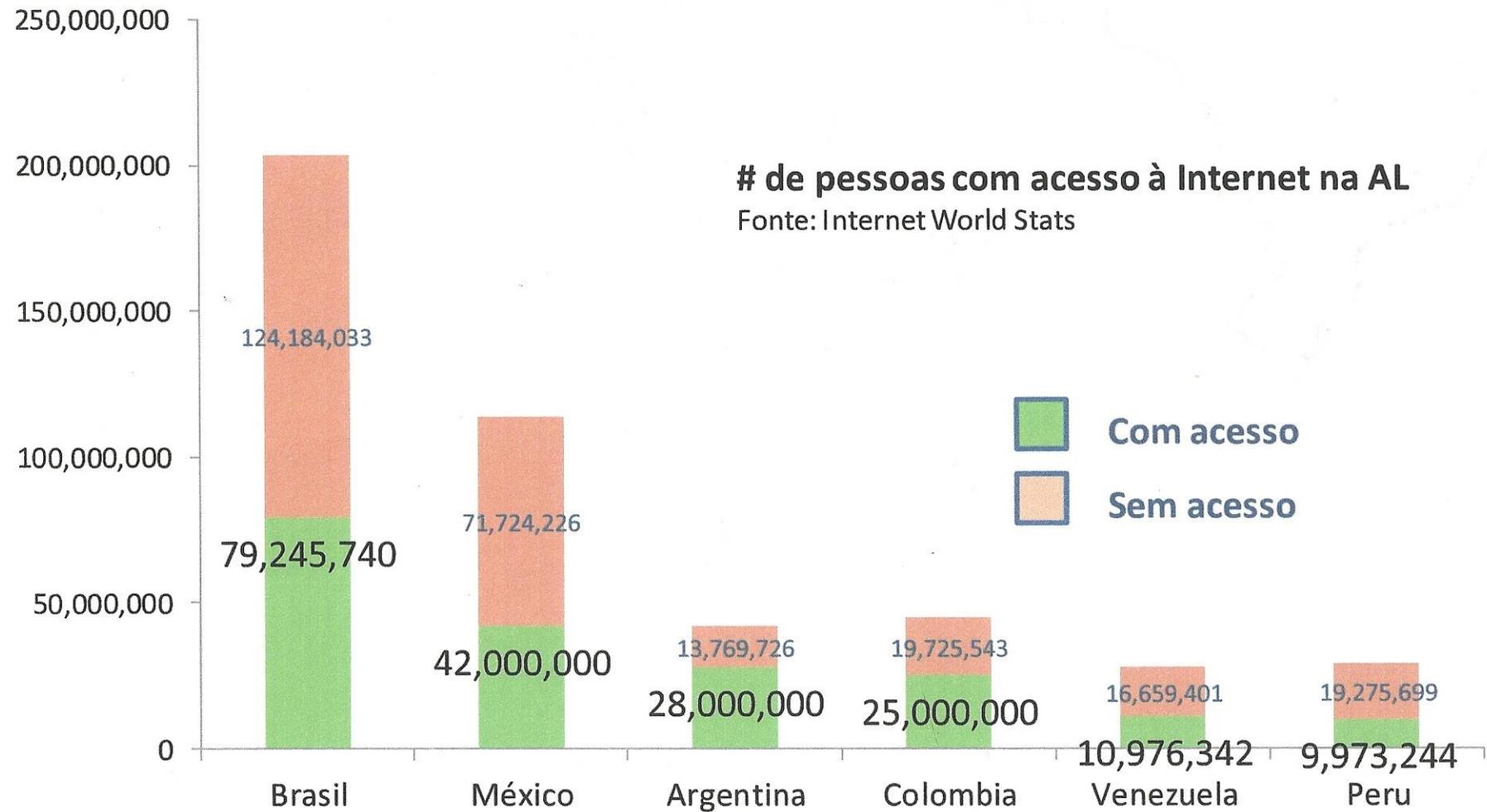
Conectados!



Certamente, o Brasil tem maior número de pessoas (em geral os mais jovens) conectados e atentos à internet.



Conectados!



Segundo Domenico de Masi, sociólogo italiano, a internet permitiu que se disseminasse a estupidez da humanidade.



Certamente, o Brasil tem maior número de pessoas (em geral os mais jovens) **conectados** e atentos à internet.

Segundo **Domenico de Masi**, sociólogo italiano, a internet permitiu que se disseminasse a estupidez da humanidade.

Como podemos usar isso para **escapar da estupidez?**

Celulares no mundo



%



| Posição | País ou região | Número de celulares | População | % da população | Última atualização |
|---------|----------------|---------------------|---------------|----------------|-------------------------------|
| — | Mundo | 5 000 000 000 | 6 877 706 288 | 67,6 | 2010 ¹ |
| 1 | China | 833 300 000 | 1 338 610 000 | 62,5 | Set. 2010 ² |
| 2 | Índia | 670 600 000 | 1 185 000 000 | 56,6 | Ago. 2010 ³ |
| 3 | Estados Unidos | 285 610 580 | 313 505 000 | 91,0 | Out. 2013 ^{4 5} |
| 4 | Brasil | 278 482 125 | 205 732 694 | 135,36 | Nov. 2014 ⁶ |
| 5 | Rússia | 213 900 000 | 141 940 000 | 147,3 | junho de 2010 ⁷ |
| 6 | Indonésia | 168 264 000 | 229 965 000 | 73,1 | Maio de 2009 ⁸ |
| 7 | Paquistão | 109 500 000 | 168 500 500 | 65,1 | Out. 2010 ⁹ |
| 8 | Japão | 107 490 000 | 127 530 000 | 84,1 | Mar. 2009 ¹⁰ |
| 9 | Alemanha | 107 000 000 | 81 882 342 | 130,1 | 2009 ¹¹ |
| 10 | México | 103 700 000 | 111 212 000 | 93,2 | Nov. 2010 ¹² |
| 11 | Itália | 88 580 000 | 60 090 400 | 147,4 | Dec. 2008 ¹³ |
| 12 | Filipinas | 78 000 000 | 92 226 600 | 73,6 | Janeiro de 2010 ¹⁴ |
| 13 | Nigéria | 76 000 000 | 144 339 000 | 50,3 | Dez. 2009 ¹⁵ |
| 14 | Reino Unido | 75 750 000 | 61 612 300 | 122,9 | Dez. 2008 ¹⁶ |
| 15 | Vietnã | 70 000 000 | 87 375 000 | 80,1 | 2009 ¹⁷ |
| 16 | Turquia | 66 000 000 | 71 517 100 | 92,2 | 2009 ¹⁸ |
| 17 | França | 58 730 000 | 65 073 842 | 90,2 | Dez. 2008 ¹⁹ |
| 18 | Tailândia | 56 170 908 | 65 001 021 | 81,0 | 2009 |
| 19 | Ucrânia | 54 377 000 | 46 143 700 | 117,9 | Abril 2009 |
| 20 | Espanha | 50 890 000 | 45 828 172 | 111,0 | Dez. 2008 ²⁰ |

Os brasileiros estão conectados principalmente pelo CELULAR.



Celulares no mundo



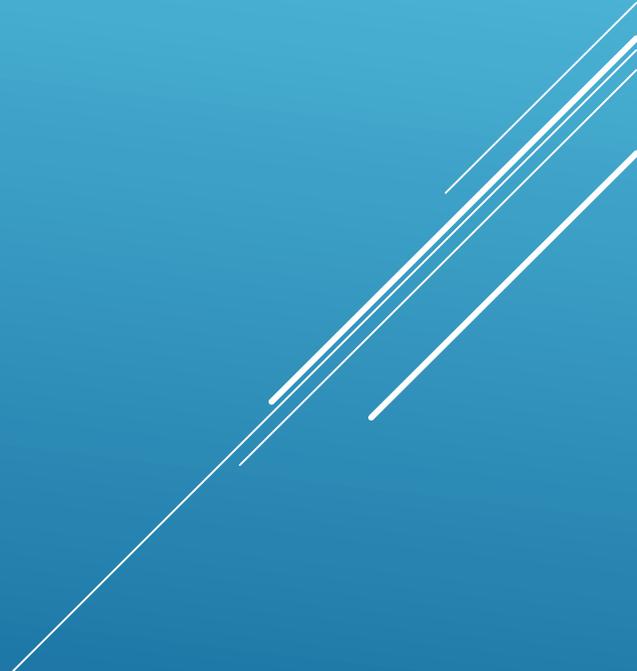
%



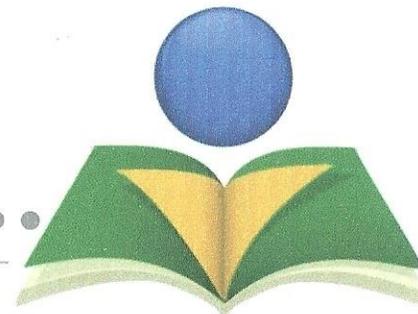
| Posição | País ou região | Número de celulares | População | % da população | Última atualização |
|---------|----------------|---------------------|---------------|----------------|-------------------------------|
| — | Mundo | 5 000 000 000 | 6 877 706 288 | 67,6 | 2010 ¹ |
| 1 | China | 833 300 000 | 1 338 610 000 | 62,5 | Set. 2010 ² |
| 2 | Índia | 670 600 000 | 1 185 000 000 | 56,6 | Ago. 2010 ³ |
| 3 | Estados Unidos | 285 610 580 | 313 505 000 | 91,0 | Out. 2013 ^{4 5} |
| 4 | Brasil | 278 482 125 | 205 732 694 | 135,36 | Nov. 2014 ⁶ |
| 5 | Rússia | 213 900 000 | 141 940 000 | 147,3 | junho de 2010 ⁷ |
| 6 | Indonésia | 168 264 000 | 229 965 000 | 73,1 | Maio de 2009 ⁸ |
| 7 | Paquistão | 109 500 000 | 168 500 500 | 65,1 | Out. 2010 ⁹ |
| 8 | Japão | 107 490 000 | 127 530 000 | 84,1 | Mar. 2009 ¹⁰ |
| 9 | Alemanha | 107 000 000 | 81 882 342 | 130,1 | 2009 ¹¹ |
| 10 | México | 103 700 000 | 111 212 000 | 93,2 | Nov. 2010 ¹² |
| 11 | Itália | 88 580 000 | 60 090 400 | 147,4 | Dec. 2008 ¹³ |
| 12 | Filipinas | 78 000 000 | 92 226 600 | 73,6 | Janeiro de 2010 ¹⁴ |
| 13 | Nigéria | 76 000 000 | 144 339 000 | 50,3 | Dez. 2009 ¹⁵ |
| 14 | Reino Unido | 75 750 000 | 61 612 300 | 122,9 | Dez. 2008 ¹⁶ |
| 15 | Vietnã | 70 000 000 | 87 375 000 | 80,1 | 2009 ¹⁷ |
| 16 | Turquia | 66 000 000 | 71 517 100 | 92,2 | 2009 ¹⁸ |
| 17 | França | 58 730 000 | 65 073 842 | 90,2 | Dez. 2008 ¹⁹ |
| 18 | Tailândia | 56 170 908 | 65 001 021 | 81,0 | 2009 |
| 19 | Ucrânia | 54 377 000 | 46 143 700 | 117,9 | Abril 2009 |
| 20 | Espanha | 50 890 000 | 45 828 172 | 111,0 | Dez. 2008 ²⁰ |

Os brasileiros estão conectados principalmente pelo **CELULAR**.

Os *smartphones* permitem a conexão e podem ser utilizados de maneira inteligente para melhorar a educação.



Brasil e a escola...



B13 - ACESSO DO ALUNO À INTERNET POR MEIO DE TELEFONE CELULAR

Percentual sobre o total de alunos que acessam a Internet através do telefone celular¹

| Percentual (%) | | Na escola | Fora da escola |
|----------------------------|-----------------------------------------|-----------|----------------|
| TOTAL | | 35 | 93 |
| SEXO | Feminino | 34 | 93 |
| | Masculino | 36 | 94 |
| REGIÃO | Norte / Centro-Oeste | 35 | 92 |
| | Nordeste | 30 | 95 |
| | Sudeste | 39 | 92 |
| | Sul | 34 | 93 |
| DEPENDÊNCIA ADMINISTRATIVA | Pública Municipal | 23 | 94 |
| | Pública Estadual | 34 | 95 |
| | Total — Públicas | 29 | 94 |
| | Particular | 45 | 92 |
| SÉRIE | 4ª série / 5º ano do Ensino Fundamental | 15 | 91 |
| | 8ª série / 9º ano do Ensino Fundamental | 35 | 95 |
| | 2º ano do Ensino Médio | 43 | 93 |

Os jovens do sexo masculino usam mais o celular na escola.



Brasil e a escola...



B13 - ACESSO DO ALUNO À INTERNET POR MEIO DE TELEFONE CELULAR

Percentual sobre o total de alunos que acessam a Internet através do telefone celular¹

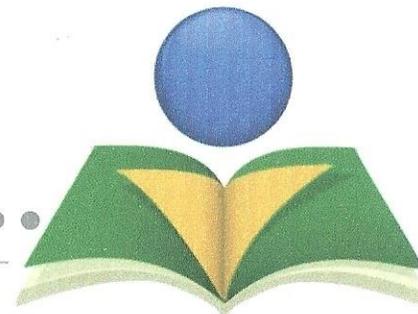
| Percentual (%) | | Na escola | Fora da escola |
|----------------------------|-----------------------------------------|-----------|----------------|
| TOTAL | | 35 | 93 |
| SEXO | Feminino | 34 | 93 |
| | Masculino | 36 | 94 |
| REGIÃO | Norte / Centro-Oeste | 35 | 92 |
| | Nordeste | 30 | 95 |
| | Sudeste | 39 | 92 |
| | Sul | 34 | 93 |
| DEPENDÊNCIA ADMINISTRATIVA | Pública Municipal | 23 | 94 |
| | Pública Estadual | 34 | 95 |
| | Total — Públicas | 29 | 94 |
| | Particular | 45 | 92 |
| SÉRIE | 4ª série / 5º ano do Ensino Fundamental | 15 | 91 |
| | 8ª série / 9º ano do Ensino Fundamental | 35 | 95 |
| | 2º ano do Ensino Médio | 43 | 93 |

Os jovens do sexo masculino usam mais o celular na escola.

Os estudantes da Região Sudeste usam mais o celular na escola.



Brasil e a escola...



B13 - ACESSO DO ALUNO À INTERNET POR MEIO DE TELEFONE CELULAR

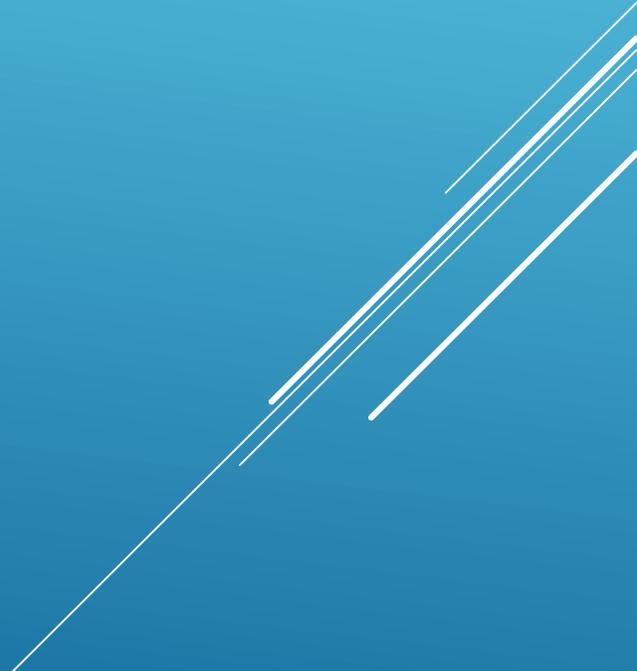
Percentual sobre o total de alunos que acessam a Internet através do telefone celular¹

| Percentual (%) | | Na escola | Fora da escola |
|----------------------------|-----------------------------------------|-----------|----------------|
| TOTAL | | 35 | 93 |
| SEXO | Feminino | 34 | 93 |
| | Masculino | 36 | 94 |
| REGIÃO | Norte / Centro-Oeste | 35 | 92 |
| | Nordeste | 30 | 95 |
| | Sudeste | 39 | 92 |
| | Sul | 34 | 93 |
| DEPENDÊNCIA ADMINISTRATIVA | Pública Municipal | 23 | 94 |
| | Pública Estadual | 34 | 95 |
| | Total — Públicas | 29 | 94 |
| | Particular | 45 | 92 |
| SÉRIE | 4ª série / 5º ano do Ensino Fundamental | 15 | 91 |
| | 8ª série / 9º ano do Ensino Fundamental | 35 | 95 |
| | 2º ano do Ensino Médio | 43 | 93 |

Os jovens do sexo masculino usam mais o celular na escola.

Os estudantes da Região Sudeste usam mais o celular na escola.

Os jovens no Ensino Médio usam mais o celular na escola.

Decorative white lines consisting of several parallel diagonal strokes in the bottom right corner of the slide.

Brasil e a escola...



B13 - ACESSO DO ALUNO À INTERNET POR MEIO DE TELEFONE CELULAR

Percentual sobre o total de alunos que acessam a Internet através do telefone celular¹

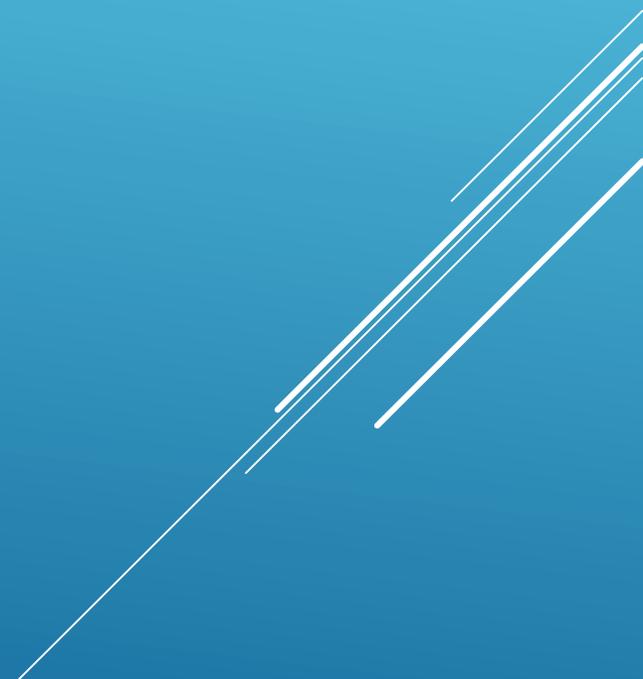
| Percentual (%) | | Na escola | Fora da escola |
|----------------------------|-----------------------------------------|-----------|----------------|
| TOTAL | | 35 | 93 |
| SEXO | Feminino | 34 | 93 |
| | Masculino | 36 | 94 |
| REGIÃO | Norte / Centro-Oeste | 35 | 92 |
| | Nordeste | 30 | 95 |
| | Sudeste | 39 | 92 |
| | Sul | 34 | 93 |
| DEPENDÊNCIA ADMINISTRATIVA | Pública Municipal | 23 | 94 |
| | Pública Estadual | 34 | 95 |
| | Total — Públicas | 29 | 94 |
| | Particular | 45 | 92 |
| SÉRIE | 4ª série / 5º ano do Ensino Fundamental | 15 | 91 |
| | 8ª série / 9º ano do Ensino Fundamental | 35 | 95 |
| | 2º ano do Ensino Médio | 43 | 93 |

Os jovens do sexo masculino usam mais o celular na escola.

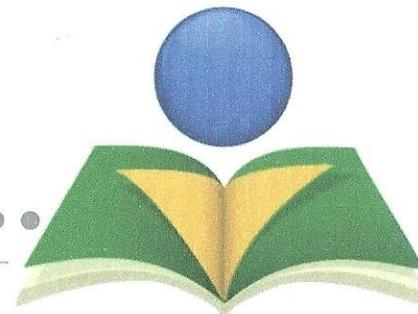
Os estudantes da Região Sudeste usam mais o celular na escola.

Os jovens no Ensino Médio usam mais o celular na escola.

Estudantes de escolas particulares usam mais o celular na escola.



Brasil e a escola...



B13 - ACESSO DO ALUNO À INTERNET POR MEIO DE TELEFONE CELULAR

Percentual sobre o total de alunos que acessam a Internet através do telefone celular¹

| Percentual (%) | | Na escola | Fora da escola |
|----------------------------|-----------------------------------------|-----------|----------------|
| TOTAL | | 35 | 93 |
| SEXO | Feminino | 34 | 93 |
| | Masculino | 36 | 94 |
| REGIÃO | Norte / Centro-Oeste | 35 | 92 |
| | Nordeste | 30 | 95 |
| | Sudeste | 39 | 92 |
| | Sul | 34 | 93 |
| DEPENDÊNCIA ADMINISTRATIVA | Pública Municipal | 23 | 94 |
| | Pública Estadual | 34 | 95 |
| | Total — Públicas | 29 | 94 |
| | Particular | 45 | 92 |
| SÉRIE | 4ª série / 5º ano do Ensino Fundamental | 15 | 91 |
| | 8ª série / 9º ano do Ensino Fundamental | 35 | 95 |
| | 2º ano do Ensino Médio | 43 | 93 |

Os jovens do sexo masculino usam mais o celular na escola.

Os estudantes da Região Sudeste usam mais o celular na escola.

Os jovens no Ensino Médio usam mais o celular na escola.

Estudantes de escolas particulares usam mais o celular na escola.

O que isso significa?

Brasil e a escola...



B13 - ACESSO DO ALUNO À INTERNET POR MEIO DE TELEFONE CELULAR

Percentual sobre o total de alunos que acessam a Internet através do telefone celular¹

| Percentual (%) | | Na escola | Fora da escola |
|----------------------------|-----------------------------------------|-----------|----------------|
| TOTAL | | 35 | 93 |
| SEXO | Feminino | 34 | 93 |
| | Masculino | 36 | 94 |
| REGIÃO | Norte / Centro-Oeste | 35 | 92 |
| | Nordeste | 30 | 95 |
| | Sudeste | 39 | 92 |
| | Sul | 34 | 93 |
| DEPENDÊNCIA ADMINISTRATIVA | Pública Municipal | 23 | 94 |
| | Pública Estadual | 34 | 95 |
| | Total — Públicas | 29 | 94 |
| | Particular | 45 | 92 |
| SÉRIE | 4ª série / 5º ano do Ensino Fundamental | 15 | 91 |
| | 8ª série / 9º ano do Ensino Fundamental | 35 | 95 |
| | 2º ano do Ensino Médio | 43 | 93 |

Os jovens do sexo masculino usam mais o celular na escola.

Os estudantes da Região Sudeste usam mais o celular na escola.

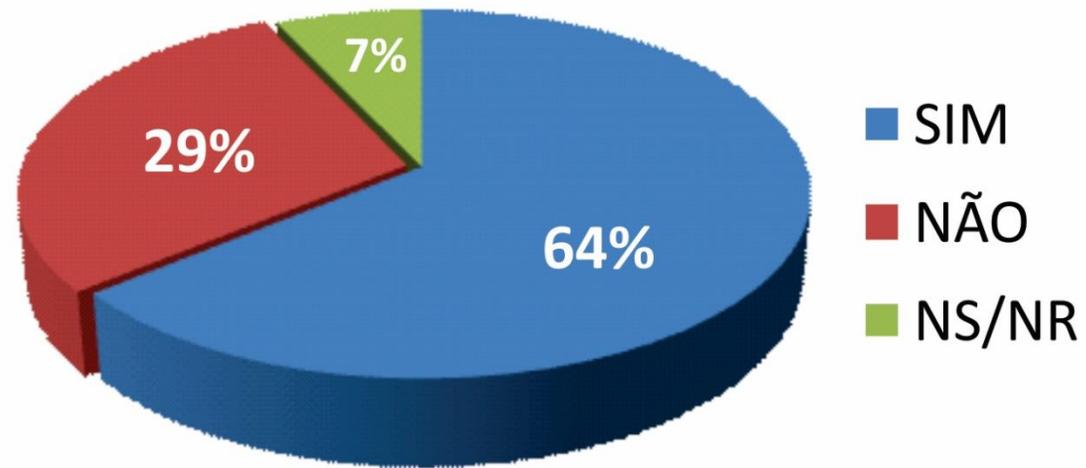
Os jovens no Ensino Médio usam mais o celular na escola.

Estudantes de escolas particulares usam mais o celular na escola.

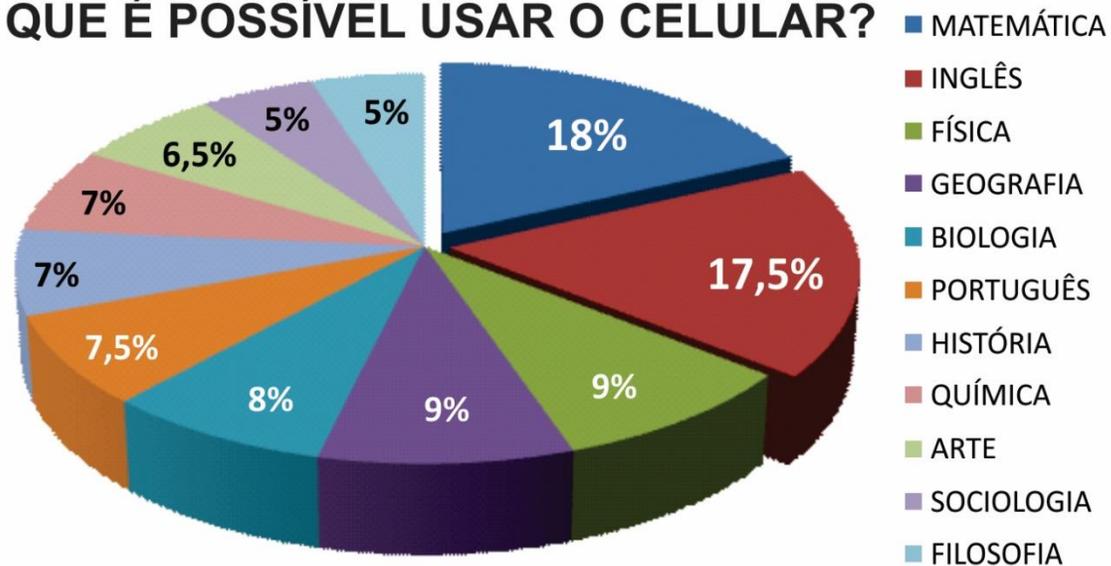
O que isso significa?

Como podemos usar essa informação para melhorar a aprendizagem?

VOCÊ ACHA QUE O USO DE CELULAR NA ESCOLA PODE SER ÚTIL PARA SUA APRENDIZAGEM?



EM QUAIS DISCIPLINAS VOCÊ ACHA QUE É POSSÍVEL USAR O CELULAR?



A proibição do celular é lei

Decreto 52625/08 | Decreto nº 52.625, de 15 de janeiro de 2008



Regulamenta o uso de telefone celular nos estabelecimentos de ensino do Estado de São Paulo

JOSÉ SERRA, Governador do Estado de São Paulo, no uso de suas atribuições legais e à vista do disposto no artigo 2º da Lei nº 12.730, de 11 de outubro de 2007, Decreta:

Artigo 1º - Fica proibido, durante o horário das aulas, o uso de telefone celular por alunos das escolas do sistema estadual de ensino.

Parágrafo único - A desobediência ao contido no "caput" deste artigo acarretará a adoção de medidas previstas em regimento escolar ou normas de convivência da escola.

Brasil e a escola..



B4 - PROPORÇÃO DE ALUNOS QUE UTILIZARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS 3 MESES

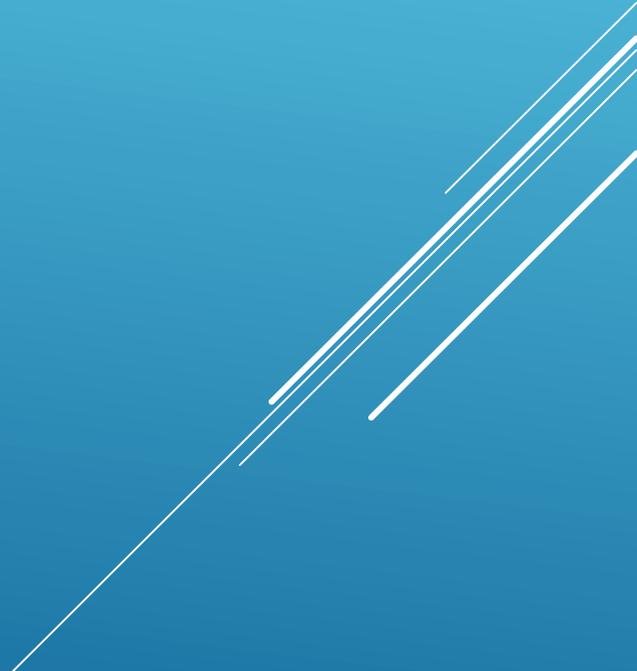
Percentual sobre o total de alunos do 9º ano do Ensino Fundamental e do 2º ano do Ensino Médio ¹

| Percentual (%) | | Sim | Não |
|----------------------------|-----------------------------------------|-----------|----------|
| TOTAL | | 94 | 6 |
| SEXO | Feminino | 93 | 7 |
| | Masculino | 95 | 5 |
| REGIÃO | Norte / Centro-Oeste | 93 | 7 |
| | Nordeste | 87 | 13 |
| | Sudeste | 98 | 2 |
| | Sul | 99 | 1 |
| DEPENDÊNCIA ADMINISTRATIVA | Pública Municipal | 88 | 12 |
| | Pública Estadual | 94 | 6 |
| | Total — Públicas | 92 | 8 |
| | Particular | 100 | 0 |
| SÉRIE | 8ª série / 9º ano do Ensino Fundamental | 93 | 7 |
| | 2º ano do Ensino Médio | 96 | 4 |

Pesquisa sobre VALORES
priorizados pelos estudantes
do Curso de Administração
do CEDERJ em novembro
de 2014 e agosto de 2015



Pesquisa sobre VALORES
priorizados pelos estudantes
do Curso de Administração
do CEDERJ em novembro
de 2014 (489 respostas) e
em agosto de 2015
(535 respostas).



IDADE dos participantes da pesquisa sobre valores priorizados pelos alunos do Curso de Administração do CEDERJ

| Faixa etária | frequência | porcentagem | % acumulada |
|------------------------|------------|--------------|-------------|
| Sem resposta | 3 | 0,6 | 0,6 |
| Até 20 anos | 49 | 10,0 | 10,6 |
| De 21 a 25 anos | 85 | 18,0 | 28,0 |
| De 26 a 30 anos | 117 | 23,7 | 51,7 |
| De 31 a 35 anos | 89 | 18,2 | 69,9 |
| De 36 a 40 anos | 59 | 12,1 | 82,0 |
| De 41 a 45 anos | 37 | 7,6 | 89,6 |
| Mais de 45 anos | 51 | 10,4 | 100,0 |
| TOTAL | 489 | 100,0 | |

Pesquisa sobre VALORES feita em novembro de 2014 com alunos do Curso de Administração do CEDERJ

| Valores pessoais mais citados | |
|--------------------------------------|-----------|
| | |
| Caráter | 1 |
| Honestidade | 2 |
| Dignidade | 3 |
| Integridade | 4 |
| Lealdade | 5 |
| Humildade | 6 |
| Entusiasmo | 7 |
| Paciência | 8 |
| Compaixão | 9 |
| Iniciativa | 10 |

Pesquisa sobre VALORES feita em novembro de 2015 com alunos do Curso de Administração do CEDERJ

| Valores pessoais mais citados | |
|--------------------------------------|-----------|
| | |
| Caráter | 1 |
| Honestidade | 2 |
| Dignidade | 3 |
| Integridade | 4 |
| Lealdade | 5 |
| Humildade | 6 |
| Entusiasmo | 7 |
| Paciência | 8 |
| Compaixão | 9 |
| Iniciativa | 10 |

Pesquisa sobre VALORES feita em novembro de 2014 com alunos do Curso de Administração do CEDERJ

| Valores pessoais mais citados | |
|-------------------------------|----|
| | |
| Caráter | 1 |
| Honestidade | 2 |
| Dignidade | 3 |
| Integridade | 4 |
| Lealdade | 5 |
| Humildade | 6 |
| Entusiasmo | 7 |
| Paciência | 8 |
| Compaixão | 9 |
| Iniciativa | 10 |

| Valores profissionais mais citados | |
|------------------------------------|----|
| | |
| Ambição | 1 |
| Ética | 2 |
| Respeito ao Meio ambiente | 3 |
| Agressividade | 4 |
| Responsabilidade | 5 |
| Dedicação | 6 |
| Fraternidade | 7 |
| Competência | 8 |
| Determinação | 9 |
| Obediência | 10 |

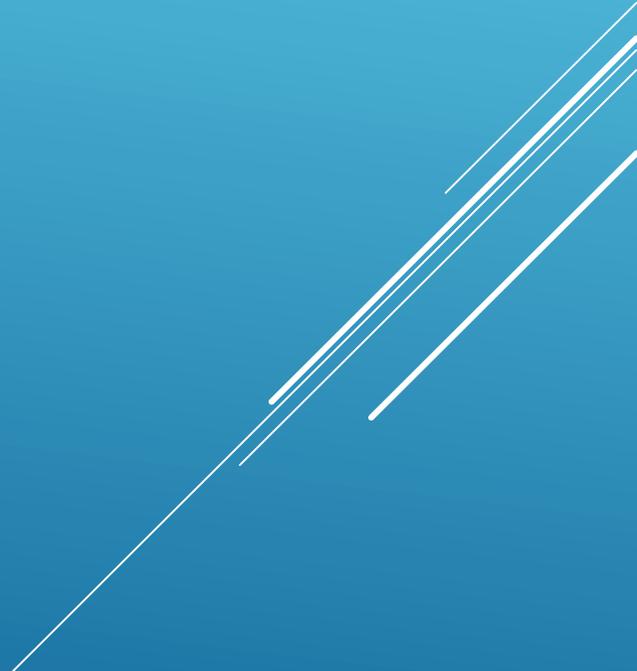
Pesquisa sobre VALORES feita em novembro de 2015 com alunos do Curso de Administração do CEDERJ

| Valores pessoais mais citados | |
|-------------------------------|----|
| | |
| Caráter | 1 |
| Honestidade | 2 |
| Dignidade | 3 |
| Integridade | 4 |
| Lealdade | 5 |
| Humildade | 6 |
| Entusiasmo | 7 |
| Paciência | 8 |
| Compaixão | 9 |
| Iniciativa | 10 |

| Valores profissionais mais citados | |
|------------------------------------|----|
| | |
| Ambição | 1 |
| Ética | 2 |
| Respeito ao Meio ambiente | 3 |
| Agressividade | 4 |
| Responsabilidade | 5 |
| Dedicação | 6 |
| Fraternidade | 7 |
| Competência | 8 |
| Determinação | 9 |
| Obediência | 10 |

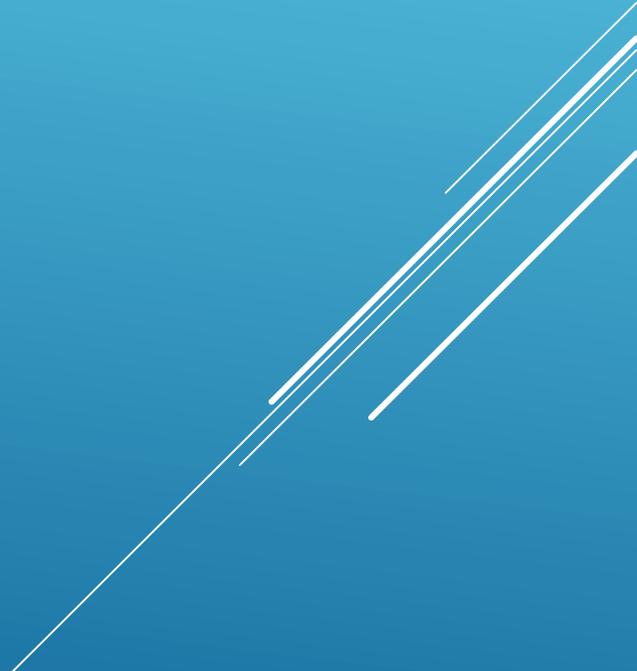
ANÁLISE PRELIMINAR

Em qualquer pesquisa os participantes tendem a responder o que consideram correto em vez de indicar sua preferência real.



Em qualquer pesquisa os participantes tendem a responder o que consideram correto em vez de indicar sua preferência real.

No entanto, é significativo verificar que os valores pessoais mais citados são CARÁTER e HONESTIDADE, mostrando que nossos alunos pensam que isso é o melhor a ser apresentado.



Pesquisa sobre VALORES feita em novembro de 2014 e agosto de 2015 com alunos do Curso de Administração do CEDERJ

| Valores pessoais mais citados | |
|-------------------------------|----|
| | |
| Caráter | 1 |
| Honestidade | 2 |
| Dignidade | 3 |
| Integridade | 4 |
| Lealdade | 5 |
| Humildade | 6 |
| Entusiasmo | 7 |
| Paciência | 8 |
| Compaixão | 9 |
| Iniciativa | 10 |

| Valores profissionais mais citados | |
|------------------------------------|----|
| | |
| Ambição | 1 |
| Ética | 2 |
| Respeito ao Meio ambiente | 3 |
| Agressividade | 4 |
| Responsabilidade | 5 |
| Dedicação | 6 |
| Fraternidade | 7 |
| Competência | 8 |
| Determinação | 9 |
| Obediência | 10 |

Em qualquer pesquisa os participantes tendem a responder o que consideram correto em vez de indicar sua preferência real.

No entanto, é significativo verificar que os valores pessoais mais citados são CARÁTER e HONESTIDADE, mostrando que nossos alunos pensam que isso é o melhor a ser apresentado.

Quanto aos valores profissionais, observa-se que o item mais indicado foi AMBIÇÃO seguido de ÉTICA.

Pesquisa sobre VALORES feita em novembro de 2014 com alunos do Curso de Administração do CEDERJ

| Valores pessoais mais citados | |
|-------------------------------|----|
| | |
| Caráter | 1 |
| Honestidade | 2 |
| Dignidade | 3 |
| Integridade | 4 |
| Lealdade | 5 |
| Humildade | 6 |
| Entusiasmo | 7 |
| Paciência | 8 |
| Compaixão | 9 |
| Iniciativa | 10 |

| Valores profissionais mais citados | |
|------------------------------------|----|
| | |
| Ambição | 1 |
| Ética | 2 |
| Respeito ao Meio ambiente | 3 |
| Agressividade | 4 |
| Responsabilidade | 5 |
| Dedicação | 6 |
| Fraternidade | 7 |
| Competência | 8 |
| Determinação | 9 |
| Obediência | 10 |

Em qualquer pesquisa os participantes tendem a responder o que consideram correto em vez de indicar sua preferência real.

No entanto, é significativo verificar que os valores pessoais mais citados são CARÁTER e HONESTIDADE, mostrando que nossos alunos pensam que isso é o melhor a ser apresentado.

Quanto aos valores profissionais, observa-se que o item mais indicado foi AMBIÇÃO seguido de ÉTICA.

Nossos alunos querem melhorar de vida (ambição) e valorizam a ética como fator profissional.

Período de matrícula dos participantes da pesquisa sobre VALORES priorizados

| | Frequência | Porcentagem | % acumulada |
|--------------|------------|-------------|-------------|
| Sem resposta | 4 | 0,8 | 0,8 |
| 1 | 215 | 44,0 | 44,8 |
| 2 | 163 | 33,3 | 78,1 |
| 3 | 45 | 9,2 | 87,3 |
| 4 | 32 | 6,5 | 93,9 |
| 5 | 14 | 2,9 | 96,7 |
| 6 | 7 | 1,4 | 98,2 |
| 7 | 2 | 0,4 | 98,6 |
| 8 | 7 | 1,4 | 100,0 |
| Total | 489 | 100,0 | |

Período de matrícula dos participantes da pesquisa sobre VALORES priorizados

| | Frequência | Porcentagem | % acumulada |
|--------------|------------|-------------|-------------|
| Sem resposta | 6 | ,8 | ,6 |
| 1 | 464 | 44,0 | 45,9 |
| 2 | 272 | 33,3 | 72,5 |
| 3 | 82 | 9,2 | 80,5 |
| 4 | 62 | 6,5 | 86,5 |
| 5 | 32 | 2,9 | 89,6 |
| 6 | 39 | 1,4 | 93,5 |
| 7 | 27 | ,4 | 96,1 |
| 8 | 40 | 1,4 | 100,0 |
| Total | 1024 | 100,0 | |

Onde concluiu o ENSINO FUNDAMENTAL

| | Frequência | Porcentagem | % acumulada |
|-----------------------|------------|-------------|-------------|
| Escola Pública | 310 | 63,4 | 63,4 |
| Escola Particular | 179 | 36,6 | 100,0 |
| TOTAL | 489 | 100,0 | |

Onde concluiu o ENSINO MÉDIO

| | frequência | % | % acumulada |
|----------------------------------------------|------------|-------------|-------------|
| Instituição pública de formação geral | 222 | 45,4 | 45,4 |
| Instituição privada de formação geral | 118 | 24,1 | 69,5 |
| Instituição pública de ensino técnico | 87 | 17,8 | 97,3 |
| Instituição privada de ensino técnico | 62 | 12,7 | 100,0 |
| Total | 489 | 100,0 | |

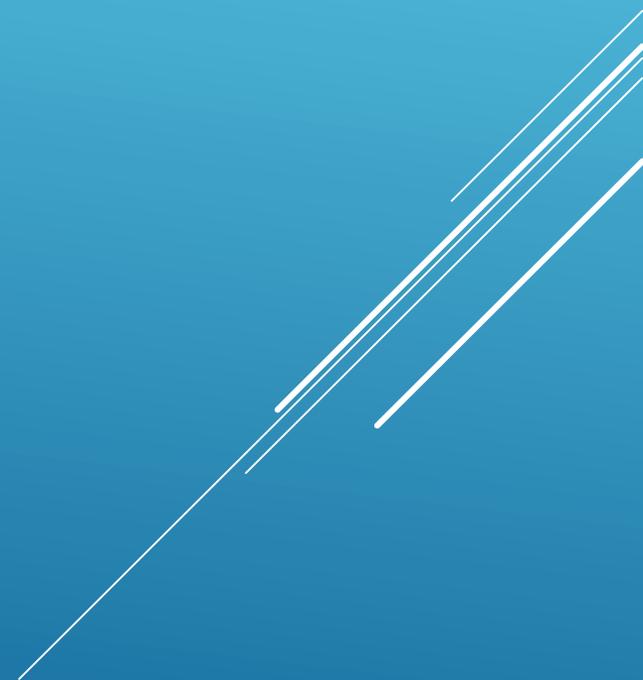
Onde concluiu o ENSINO FUNDAMENTAL

| | Frequência | Porcentagem | % acumulada |
|-----------------------|-------------|--------------|-------------|
| Escola Pública | 638 | 62,3 | 62,3 |
| Escola Particular | 386 | 37,7 | 100,0 |
| TOTAL | 1024 | 100,0 | |

Onde concluiu o ENSINO MÉDIO

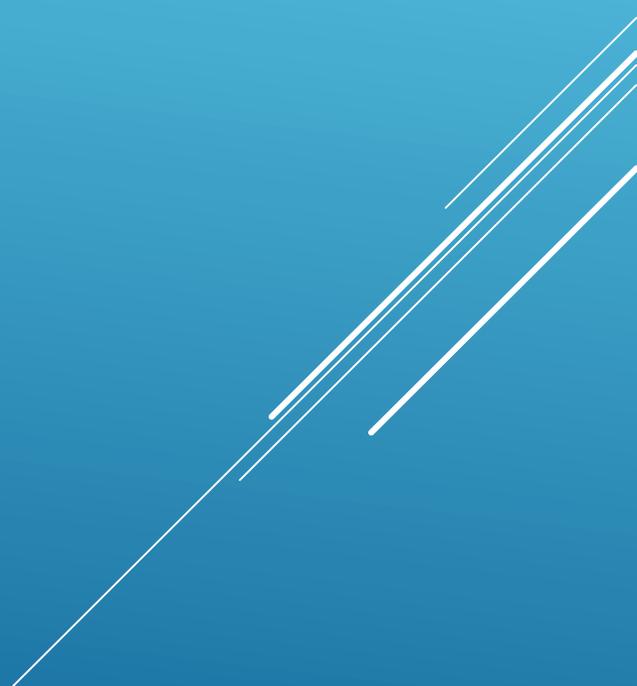
| | frequência | % | % acumulada |
|----------------------------------------------|------------|-------------|-------------|
| Instituição pública de formação geral | 475 | 46,4 | 46,4 |
| Instituição privada de formação geral | 274 | 26,8 | 73,1 |
| Instituição pública de ensino técnico | 160 | 15,6 | 88,8 |
| Instituição privada de ensino técnico | 115 | 11,2 | 100,0 |
| Total | 1024 | 100,0 | |

A maioria de nossos alunos que participaram da pesquisa está começando o curso em 2014 (78%) e tem MAIS de 35 anos (49,3%)



A maioria de nossos alunos está começando o curso em 2014 (78%) e tem MAIS de 35 anos (49,3%)

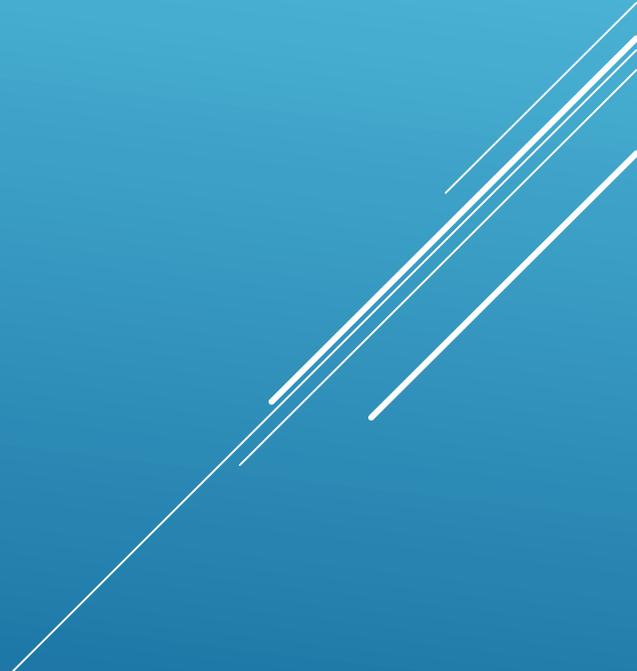
Entre 21 e 35 anos de idade, a geração Y, temos uma quantidade expressiva, como no grupo anterior (41,7%).



A maioria de nossos alunos está começando o curso em 2014 (78%) e tem MAIS de 35 anos (49,3%)

Entre 21 e 35 anos de idade, a geração Y, temos uma quantidade expressiva, como no grupo anterior (41,7%).

DEZ por cento tem menos de 20 anos e representam o grupo mais conectado e atuante na internet.



A maioria de nossos alunos está começando o curso em 2014 (78%) e tem MAIS de 35 anos (49,3%)

Entre 21 e 35 anos de idade, a geração Y, temos uma quantidade expressiva, como no grupo anterior (41,7).

DEZ por cento tem menos de 20 anos e representam o grupo mais conectado e atuante na internet.

Número significativo pretende montar negócio próprio (21,4%) ou trabalhar em grande empresa (24,3%)

A maioria de nossos alunos está começando o curso em 2014 (78%) e tem MAIS de 35 anos (49,3%)

Entre 21 e 35 anos de idade, a geração Y, temos uma quantidade expressiva, como no grupo anterior (41,7).

DEZ por cento tem menos de 20 anos e representam o grupo mais conectado e atuante na internet.

A soma desses dois grupos é maioria e pretende montar negócio próprio (21,4%) ou trabalhar em grande empresa (24,3%) com total de 45,7%.

A GRANDE MAIORIA estudou em ESCOLA PÚBLICA (62,3%) e tem como objetivo de vida PRESTAR CONCURSO PÚBLICO (41%). Isso importa?

Como pretende atuar depois de formado?

| | Frequência | Porcentagem | % acumulada |
|---------------------------------|------------|-------------|-------------|
| Montar negócio próprio | 219 | 21,4 | 23,3 |
| Atuar em grande empresa | 249 | 24,3 | 45,7 |
| Ser professor | 49 | 4,8 | 50,5 |
| Ser autônomo | 23 | 2,2 | 52,7 |
| Prestar concurso público | 420 | 41,0 | 94,3 |
| Outro | 64 | 6,3 | 100,0 |
| total | 1024 | 100,0 | |

Como pretende atuar depois de formado?

Respostas em novembro de 2014:

| | Frequência | Porcentagem | % acumulada |
|---------------------------------|------------|-------------|-------------|
| Montar negócio próprio | 114 | 23,3 | 23,3 |
| Atuar em grande empresa | 114 | 23,3 | 46,6 |
| Ser professor | 19 | 3,9 | 50,5 |
| Ser autônomo | 11 | 2,2 | 52,7 |
| Prestar concurso público | 203 | 41,5 | 94,3 |
| Outro | 28 | 5,7 | 100,0 |
| total | 489 | 100,0 | |

Como pretende atuar depois de formado?

| | Frequência | Porcentagem | % acumulada |
|---------------------------------|------------|-------------|-------------|
| Montar negócio próprio | 219 | 21,4 | 23,3 |
| Atuar em grande empresa | 249 | 24,3 | 45,7 |
| Ser professor | 49 | 4,8 | 50,5 |
| Ser autônomo | 23 | 2,2 | 52,7 |
| Prestar concurso público | 420 | 41,0 | 94,3 |
| Outro | 64 | 6,3 | 100,0 |
| total | 1024 | 100,0 | |

CONCLUSÃO

O OBJETIVO do curso é formar Administradores e não “concurseiros”. Podemos ajudar a formar profissionais qualificados para abrir negócio próprio ou trabalhar em grandes empresas.



CONCLUSÃO

O OBJETIVO do curso é formar Administradores e não “concurseiros”. Podemos ajudar a formar profissionais qualificados para abrir negócio próprio ou trabalhar em grandes empresas.

Podemos melhorar nossas aulas virtuais com mais atividades na sala de aula virtual na plataforma. Porém isso não faz sentido para quem não está interessado em aprender.



CONCLUSÃO

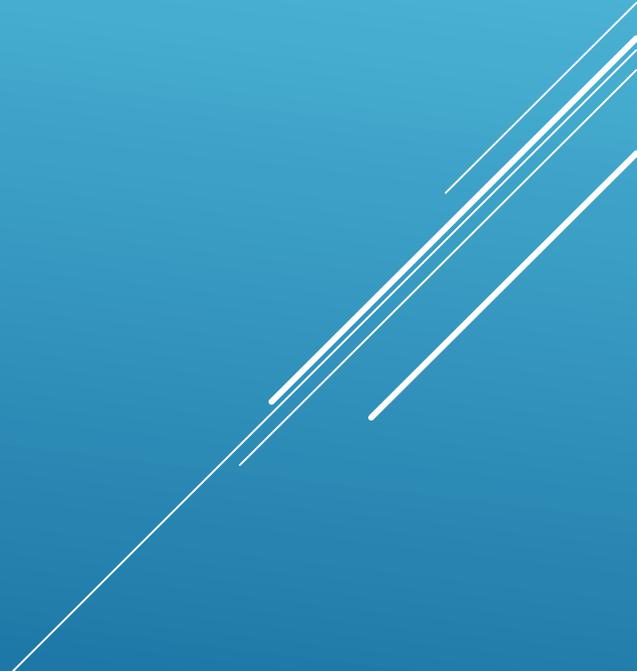
O OBJETIVO do curso é formar Administradores e não “concurseiros”. Podemos ajudar a formar profissionais qualificados para abrir negócio próprio ou trabalhar em grandes empresas.

Podemos melhorar nossas aulas virtuais com mais atividades na sala de aula virtual na plataforma.

Preparar APRESENTAÇÕES curtas e VÍDEOS de até cinco minutos me parece a melhor forma de interessar os alunos na disciplina que ministramos.

CONCLUSÃO

Podemos melhorar nossas aulas presenciais, tutoria e palestras com essas informações relevantes sobre a sociedade atual e, em especial, em relação à geração Y.



CONCLUSÃO com alguns conselhos

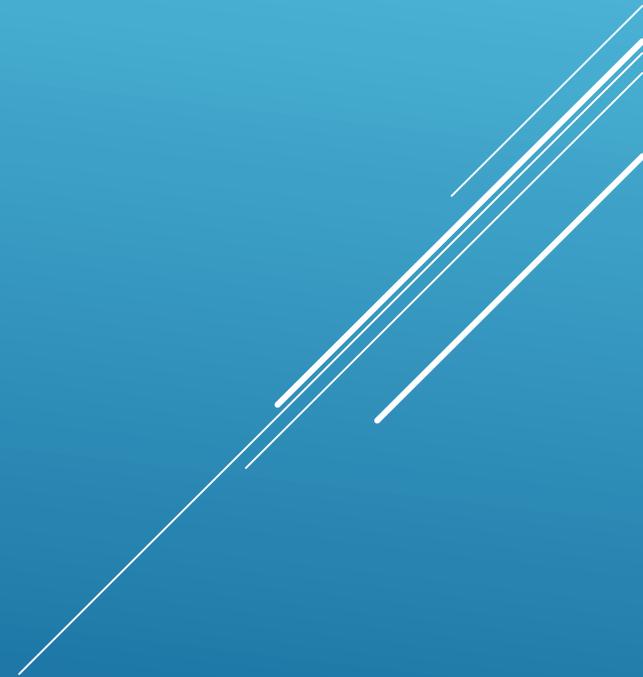
**Quais são os seus VALORES PESSOAIS?
E suas crenças?**



CONCLUSÃO com alguns conselhos

Quais são os seus valores e suas crenças?

E quanto à sua percepção?

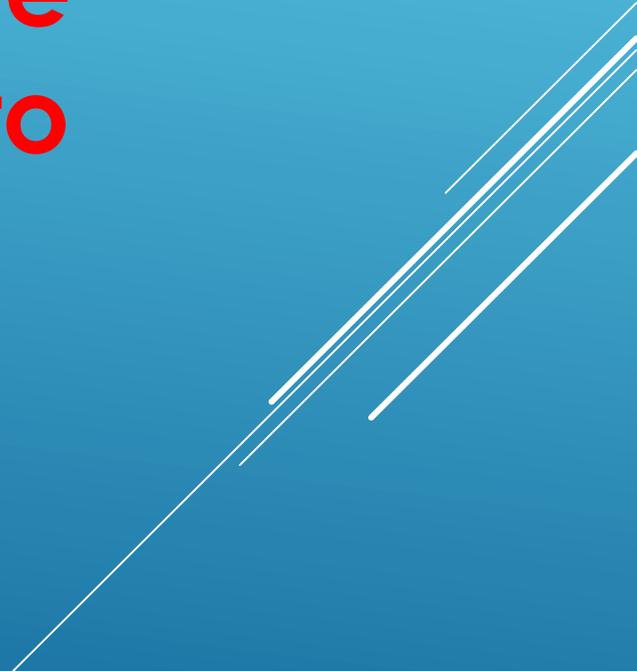


CONCLUSÃO com alguns conselhos

Quais são os seus VALORES PESSOAIS? E suas crenças?

E quanto à sua percepção?

Suas atitudes correspondem ao que se espera de um profissional de alto nível?

Decorative white lines consisting of several parallel diagonal strokes in the bottom right corner of the slide.

CONCLUSÃO com alguns conselhos

Quais são os seus VALORES PESSOAIS? E suas crenças?

E quanto à sua percepção?

Suas atitudes correspondem ao que se espera de um profissional de alto nível?

Suas aptidões estão sendo desenvolvidas adequadamente?

CONCLUSÃO com alguns conselhos

Quais são os seus VALORES PESSOAIS? E suas crenças?

E quanto à sua percepção?

Suas atitudes correspondem ao que se espera de um profissional de alto nível?

Suas aptidões estão sendo desenvolvidas adequadamente?

**Lembre-se do significado de PERCEPÇÃO
CRENÇAS e VALORES
ATITUDES e de
APTIDÃO**

CONCLUSÃO pessoal

Quais são os seus VALORES PESSOAIS? E suas crenças?

E quanto à sua percepção?

Suas atitudes correspondem ao que se espera de um profissional de alto nível?

Suas aptidões estão sendo desenvolvidas adequadamente?

Lembre-se do significado de PERCEPÇÃO
CRENÇAS e VALORES
ATITUDES e de
APTIDÃO.

Vida

Carreira

Clareza

Força

Satisfação

Motivação



Coaching de Carreira

Missão e Propósito

MUITO OBRIGADO!

silvestreneto@uol.com.br

www.professorsilvestre.com