

I - QUADRO

Este relatório pretende descrever a implementação do curso on-line de Empreendedorismo nas quatro escolas que participaram no projeto TBG - Transnacional Business Groups, apoiado pelo Erasmus +. O curso ajudou os alunos a criar e desenvolver quatro ideias de negócio.

Este projeto tinha quatro Escolas - duas secundárias (da Grécia e Turquia) e duas secundárias profissionais (da Croácia e Portugal). Tinham o apoio de duas organizações que têm muita experiência no apoio ao empreendedorismo em ambientes educacionais - a partir da Holanda e Itália. Este parceiro italiano criou uma nova metodologia de praticar o empreendedorismo, tendo um concurso regional e nacional dentro das escolas participantes - "La Scuola d'Impresa". Um sétimo parceiro, da Bélgica, uma associação internacional de prestadores de EFP, foi responsável pela divulgação.

II - ANTES DO CURSO

A primeira reunião do projeto foi realizada em Portugal, onde, além dos aspectos administrativos e financeiros do projeto, a criação e implementação do curso foi discutida e planeada. Estiveram presentes apenas professores e funcionários.

Estes foram os fatores-chave considerados:

- O curso deve ser user friendly e funcionar sobre Recursos Educativos Abertos;
- Deve ser direcionado para alunos do ensino secundário, incluindo aqueles que não frequentam cursos de gestão, marketing, finanças, ...;
- Os professores irão ajudá-los durante o curso e definir orientações para os materiais didáticos, mas os materiais devem ser recolhidos pelos alunos;
- Deve ter uma abordagem passo a passo, para que os alunos possam fazer um percurso de aprendizagem bem sucedido;
- Deve ter vários idiomas - os alunos podem aprender no seu próprio idioma, mas para o trabalho internacional, uma versão em Inglês deve ser usada.

Cada escola terá 4 grupos de estudantes, cada um com várias funções organizacionais. A mesma metodologia para os grupos internacionalmente mistos foi acordada: 4 grupos com 5 estudantes (pelo menos um de cada grupo daqueles das escolas nacionais) seria criado para funcionar tanto online e durante as mobilidades.



III – ANTES DO CURSO

A segunda reunião, na Itália, foi a primeira a ter alunos. Foi muito importante, pois permitiu que os alunos compreendessem o conceito do projeto e que este visava, porque visitaram escolas onde o conceito original - "La Scuola d'Impresa" - tinha vindo a ser executado desde há algum tempo, e debateram com os seus colegas italianos como estes haviam criado ideias de negócio. Assistiram a vários workshops onde praticaram criatividade, planeamento e pensamento estratégico. Essas experiências desempenharam um papel fundamental para que eles pudessem ter uma abordagem criatividade aplicada.

Enquanto isso, o grupo de professores e funcionários preparavam o primeiro módulo do curso - a ideia de negócio - e como ele devia ser implementado na plataforma moodle. Os parceiros das escolas concordaram com a tradução na sua língua nacional e em recolher os conteúdos de formação. Em particular, os alunos dos parceiros escolares teriam, para este módulo, de:

- Organizar e documentar um evento de formação onde os alunos que estiveram em Itália apresentariam as atividades desenroladas para os outros alunos;
- Procurar por um ou mais vídeos inspiradores sobre criatividade;
- Indicar um link para um site com informações de carácter socioeconómico sobre a sua localidade;
- Fazer os preparativos com a Câmara Municipal / Associação Empresarial para uma visita escolar;
- Procurar um ou mais vídeos inspiradores de ideia de negócio;
- Preparar, depois de participar em todo o módulo, quatro ideias de negócio - um para cada grupo nacional, a ser apresentado durante a terceira reunião.



IV - DA EXECUÇÃO DO CURSO

IV.1 CROÁCIA

Durante a terceira mobilidade, na Croácia, tivemos um convidado especial, um especialista da TeleCentar Croácia, uma organização não governamental, organização sem fins lucrativos formada em 2005 como um centro de coordenação para a rede regional de organizações da sociedade civil da Croácia, Sérvia, Macedónia e Bósnia e Herzegovina. A rede tem desenvolvido um programa de aprendizagem ao longo da vida que consiste em 32 módulos, cobrindo áreas como Inglês, Informática, competências sociais e empreendedorismo.

Esta reunião foi a primeira em que os alunos já haviam frequentado o primeiro módulo do curso. Portanto, tal como previsto, os alunos de cada escola parceira apresentaram as suas quatro ideias. Cada grupo nacional designou um representante para apresentar cada conceito, utilizando vários meios de fazê-lo, desde cartazes, vídeos e apresentações do PowerPoint. Diversidade e criatividade estavam ativas, para que os dezasseis projetos fossem apresentados e explicados. Durante esta fase, ficou claro que não havia nenhum vencedores ou perdedores, mas apenas ideias que poderiam se tornar empresas reais depois de participar nos próximos módulos. Mas para isso, sob a orientação do parceiro italiano e da TeleCentar, os dezasseis foram reduzidos, reunindo os similares e deixando ir os que não tinham viabilidade. A principal preocupação era explicar aos alunos que eles poderiam ter tido uma ideia muito criativa, mas o mercado podia não querer ou seria realmente difícil encontrar apoio financeiro para ele.

Depois de dois dias de trabalho duro com os alunos, os projetos finais estavam prontos para ser mostrados, sob a orientação italiana e da TeleCentar: "Mom's assistant", com produtos para ajudar as mães ativas a tornar mais fácil cuidar de bebês; "Mustra SC", uma bolsa inovadora; "Tecbag", uma mala com várias inovações e com um app móvel; "Vita-Berry Juice", uma empresa que cria e vende sumos naturais. Os grupos nacionais foram então organizados em torno de cada ideia internacional – cada escola parceira desde então tem um "ramo nacional" de cada ideia, que seria capaz de o trabalhar tanto on-line e como durante as reuniões.

Durante esse período, os professores e os funcionários estavam a preparar o segundo módulo, debatendo e avaliando o primeiro. Para a próxima reunião cada grupo nacional tinha de frequentar esse módulo - Ideia de negócio e Pesquisa de Mercado: agora que eles já tinham o conceito desenvolvido, há que recolher materiais, realizar atividades e aprender como fazer uma pesquisa de mercado, para que pudessem apresentar os seus resultados e discuti-los com os seus colegas internacionais, tanto on-line e como durante a próxima reunião. Cada ideia, então, reuniria todas as suas contribuições.



O conteúdo desta publicação não reflete a opinião oficial da União Europeia. A responsabilidade pelas informações e opiniões nela contidas está inteiramente com o autor.

IV.II GRÉCIA

Neste encontro os alunos já tinham frequentado dois módulos do curso on-line, nomeadamente o segundo: Ideia de Negócio e Pesquisa de Mercado.

Portanto, cada representante de cada subgrupo nacional apresentou aos seus colegas da equipa internacional os resultados de suas pesquisas de mercado nacional - as diferentes etapas da pesquisa de mercado: preparação, análise SWOT, identificação do grupo alvo, o questionário, análise dos resultados.

Eles aprenderam a maioria destes conceitos a partir do módulo on-line, e de acordo com a avaliação de estudantes, o que mais gostaram foi a análise SWOT e do questionário. Uma palavra especial para esta ferramenta, pois tiveram de aprender a criá-lo, preparar um para este projecto, testá-lo, aplicá-lo para o grupo-alvo e analisar seus resultados. O objetivo foi comparar os resultados obtidos com a pesquisa de mercado em todos os países, combinando-os de uma forma coerente e estruturada, para o que tinham a ajuda dos professores e dos membros do staff.

Como cada grupo teve de mostrar as conclusões às outras equipas e, de volta a casa para os seus subgrupos nacionais, no final de cada reunião, para melhorar essas apresentações foi considerado relevante na Croácia fornecer os estudantes um workshop na Grécia sobre a forma de efetivamente comunicar uma ideia através de imagens, *social media* e ferramentas de marketing, que foi animado pelo parceiro holandês.

Enquanto os alunos ficaram com parte dos professores para orientá-los através de um trabalho de colaboração na preparação de uma mensagem promocional das suas ideias, os outros professores e staff preparavam o próximo módulo - A Estratégia de Comunicação.

Para concluir a reunião, cada grupo apresentou suas mensagens promocionais (apresentações em PowerPoint, vídeos, cartazes) e forneceu uma explicação detalhada do processo mental que tinham seguido e o significado dos elementos escolhidos da pesquisa de mercado para cada ideia. Os vídeos foram especialmente avaliados, pois os alunos saíram do local da reunião e filmaram-nos no exterior, se fosse um comercial, com seus dispositivos móveis. Criatividade, foco no grupo-alvo, mensagem clara e descrição do produto foram as dimensões avaliadas.



IV.III PAÍSES BAIXOS

Para esta reunião os estudantes haviam já frequentado o terceiro módulo - A Estratégia de Comunicação. No entanto, uma questão-chave que os parceiros tinham decidido durante a fase de aplicação é que o curso não devia decorrer sozinho. Por outras palavras, o curso é muito bom para os alunos aprenderem sobre empreendedorismo, mas também deve ser complementado com workshops que lhes forneçam um olhar para dentro de alguém que já tenha passado pelo processo de realmente criar uma empresa.

Por isso, durante esta reunião os conceitos teóricos que os alunos aprenderam foram complementados com duas oficinas animadas por um jovem empreendedor - "Como criar uma empresa de sucesso": foi considerado muito importante que os alunos pudessem ver e ouvir por si mesmos que o aprenderam não só é verdade como relevante e contemporâneo. Relacionado a isso e às estratégias de mercado e comunicação, a outra oficina, pelo mesmo empresário, também foi extremamente interessante e valorizada. Obviamente que durante a reunião os alunos também tiveram que trabalhar muito - as sessões de grupo cobriram a relação das ideias de negócio (TecBag, Mom's Assistant, Vita Juices e Mostra) para o marketing através dos *social media* e a venda de um produto no mercado. As primeiras lições importantes foram através das oficinas sobre a própria marca, explicando que, se é importante para descobrir a si mesmo e que é uma marca nos *social media* e na vida, o mesmo é válido para as quatro ideias de negócio. Mostrando o que aprenderam no terceiro módulo, no final, cada grupo teve que fazer uma apresentação da sua ideia sobre o market place, transmitido como um programa de TV ao vivo através do Periscope (uma aplicação que ficaram a conhecer), que teve que incluir: o logotipo e sua explicação; uma descrição do grupo alvo; uma descrição sobre o produto, com um slogan; duas contas de plataformas de social media. Após estas explicações, as quatro ideias de projetos estavam prontos para serem apresentadas ao mercado, sendo a única questão que faltava a parte financeira. Seria muito importante para os alunos compreender a aceitação das suas ideias e ainda serem capaz de fazer as eventuais adaptações, se necessário.

Portanto, uma competição de simulação foi realizada - todos os participantes tiveram de avaliar cada produto (exceto o seu próprio), com base no seu impulso de compra, com uma etiqueta (verde: eu iria comprá-lo; laranja: eu provavelmente iria comprá-lo; vermelho: eu não iria comprá-lo). A conclusão a ser alcançada era que a sensação com o produto não tem nada a ver com a sua qualidade - tem apenas a ver com a necessidade do mercado. O vendedor deve ouvir o cliente e não impor a sua vontade / ideia.

O último módulo, o Plano de Negócios, foi preparado, para que tudo estivesse pronto para a última etapa, na Turquia, a reunião final, onde o produto, incluindo a sua parte financeira, seria avaliado por um júri externo.



Europa, 2016

O conteúdo desta publicação não reflete a opinião oficial da União Europeia. A responsabilidade pelas informações e opiniões nela contidas está inteiramente com o autor.

IV.IV TURQUIA

Este foi o último encontro e onde as quatro ideias foram avaliadas por empresários reais. Para tal os alunos concluíram o último módulo e o que foi considerado o mais difícil, o Plano de Negócios. Este módulo tinha que ser o definitivo, mas os alunos acreditavam que exigiria mais tempo para ser totalmente compreendido por aqueles estudantes com menos contacto com disciplinas de empreendedorismo.

Cada subgrupo teve também de preparar, se possível, uma visita a uma incubadora de empresas, uma câmara de comércio, ..., a fim de ter uma consciência completa sobre os vários requisitos administrativos, burocráticos e financeiros para o arranque de um tipo específico de empresa.

Cada grupo de projeto contou com a ajuda de tutores italianos para concluir e apresentar a sua ideia de negócio de uma forma coerente. Mesmo assim, tinham que estar preparados para a apresentação final e avaliação por dois convidados externos. Na verdade, este projeto teve como objetivo prepará-los para serem empreendedores e, se na reunião anterior, a sua ideia foi avaliada por seus colegas e professores / funcionários, esta última tinha de incluir uma verdadeira avaliação, o que significou por pessoas externas ao projeto.

O parceiro turco convidou duas pessoas-chave - um homem de negócios e um quadro superior da Câmara de Comércio de Ankara. Os alunos apresentaram-lhes as suas ideias e tiveram de responder às suas perguntas. No final, os dois também fizeram uma análise detalhada do que deve ser melhorado, debatendo com os membros do grupo.



© União Europeia,

O conteúdo desta publicação não reflete a opinião oficial da União Europeia. A responsabilidade pelas informações e opiniões nela contidas está inteiramente com o autor.

V. CONCLUSÕES

A implementação do curso e as suas atividades conexas foram um sucesso, de acordo com quer os alunos quer os professores / funcionários.

Aqui estão os principais fatores, de acordo com a avaliação.

Os pontos fortes nomeados pelos parceiros foram:

- Os alunos realizaram diversas atividades pedagógicas utilizando novas tecnologias de aprendizagem que não estão habituados (Moodle), e alguns deles usaram-nas pela primeira vez;
- Alguns professores utilizaram pela primeira vez uma plataforma de aprendizagem on-line;
- Pode ser ensinado em todas as disciplinas, desde as profissionais (marketing ou gestão), a língua (Inglês) ou tecnológica (TIC);
- Os alunos desenvolveram as suas competências de trabalho em grupo, pois todas as tarefas, desde a recolha de materiais de aprendizagem, fazerem a pesquisa, a implementação do questionário, preparando as apresentações, mostrando-as em público, foram todas feitas em grupos, os nacionais e internacionais;
- Os alunos desenvolveram o seu sentido de responsabilidade e compromisso para um objetivo final - eles sabiam que tinham que realizar várias atividades, quer a aprendizagem, quer as práticas, com prazos fixos, e tiveram sucesso;
- Os alunos desenvolveram a auto-aprendizagem - DIY (faça você mesmo) - embora tivessem por mentores os seus professores, a maioria das atividades foram realizadas isoladamente ou em grupos;
- Os alunos desenvolveram o seu pensamento criativo, pois aprenderam a usar a criatividade numa dimensão prática e foram capazes de criar ideias práticas sobre qualquer temática que eles queriam.
- As partes interessadas da comunidade escolar e da escola foram envolvidas no projeto através da difusão e participação ativa.

Os pontos fracos são:

- Como todos os cursos on-line, no início os estudantes queixaram-se da falta de tutoria permanente durante o uso do Moodle, especialmente aqueles que tiveram o primeiro contacto;
- Este projecto, embora bem sucedido, poderia ter sido melhor para os alunos se eles tivessem comunicado mais com seus colegas internacionais durante os períodos fora das reuniões. Como ninguém queria usar o fórum do Moodle, um grupo no Facebook foi criado. Melhorou um pouco a situação, mas os estudantes sentiram-se desconfortáveis ao usar o FB como uma ferramenta profissional.
- Devido ao item anterior, as reuniões tiveram que ser reorientadas para que os grupos de trabalho internacionais desenvolvessem as suas ideias;
- Os ataques terroristas na Bélgica e Turquia causaram dificuldades para obter autorizações de viagem dos pais, o que causou que algumas reuniões tivessem menos alunos do que o esperado.

- Embora a decisão de ter subgrupos nacionais fosse destinada a envolver ativamente mais estudantes na aprendizagem do empreendedorismo, o facto de que nem todos pudessem participar nas reuniões, somado ao problema apontado no item anterior, fez com que os mesmos alunos não pudessem estar presentes durante todos os encontros, o que causou falhas de comunicação durante o processo de desenvolvimento de ideias de negócio.

Para futuras implementações e desenvolvimentos do curso:

- Planear as mobilidades desde o início para os grupos internacionais trabalharem, estabelecendo o curso on-line para o trabalho nacional dentro de cada parceiro, de modo a que durante as mobilidades eles possam reunir-se e alcançar resultados comuns;
- Em cada mobilidade definir o trabalho que cada grupo tem que fazer para a próxima e torná-los responsáveis, independentemente dos membros que irão participar;
- Planear a carga de trabalho dos professores para que eles possam fornecer um apoio eficaz nas sessões Moodle;
- (Para escolas profissionais apenas) Estudar a possibilidade de ter os resultados de aprendizagem reconhecidos através de ECVET.