

336 - JOGO DE EMPRESAS MERCADO VIRTUAL: A INTERNET COMO PLATAFORMA DE APRENDIZADO PARA A ATIVIDADE EMPREENDEDORA

José de Souza Rodrigues (Faculdade de Engenharia, UNESP, Bauru), Ariane Scarelli (Faculdade de Engenharia, UNESP, Bauru), Kátia Livia Zambon (Faculdade de Engenharia, UNESP, Bauru) - jsrod@feb.unesp.br

Introdução: A construção do jogo partiu de um escopo geral, incluindo o ambiente, a definição do negócio da empresa a ser administrada pelos jogadores e os detalhes a serem considerados na sua construção. Foram analisadas algumas soluções disponíveis no mercado para se chegar à proposta final, entre as quais destacam-se as seguintes: Industryplayer (INDUSTRYPLAYER, 2005), Lemonade Stand (LEMONADE STAND GAME, 2005), Desafio SEBRAE (FERREIRA, 2002), Beer Game (LI, SIMCHI-LEVI, 2005) e Strategy (SIMULATION & ASSOCIADOS, 2005).

Objetivos: Tornar a FEB/UNESP autônoma no que diz respeito ao uso de jogos de empresas em seus cursos de graduação.

Métodos: Análise comparativa, Análise de sistemas, Técnicas de depuração e análise de sistemas, Teste de campo. Descrição e características do sistema: O jogo Mercado Virtual foi projetado para usar a internet como interface e executa as seguintes funções: a) Interface com usuário, b) Processa as decisões tomadas pelos competidores e confecciona relatórios, c) Coloca todos em competição direta uns com os outros, d) É um sistema de apoio ao processo ensino/aprendizagem, e) Simula o comportamento de mercado e, f) ambiente Internet com a menor exigência possível sobre os recursos utilizados pelo usuário.

Resultados: Os resultados foram analisados com um questionário adaptado de Schafranski (2002). Cabe destacar a questão 7. "o tipo de aula que propicia a você uma aprendizagem com maior participação e aproveitamento parece ser": Aulas expositivas (5.3) Jogos e simulações (6) Seminários (2.3). Esta questão apresenta as aulas presenciais como uma importante forma de aprendizado pelos alunos, sendo o jogo o melhor avaliado e os seminários, o pior. Considerações finais: Apesar de constituírem-se em recursos pedagógicos poderosos, como pode ser visto na literatura e também devido às experiências bem sucedidas no uso destes sistemas nos cursos de engenharia da Faculdade de Engenharia de Bauru, as demais formas de ensino-aprendizagem não devem ser desconsideradas. O jogo apenas aumenta as opções que professores e pedagogos têm à disposição para atingir os diversos objetivos de ensino-aprendizagem existentes no ambiente educacional. RESUMO: Com a experiência adquirida usando jogos de empresas na disciplina administração, integrante do currículo dos cursos de engenharia da FEB-Bauru, optou-se pelo desenvolvimento de um jogo de empresas, o Mercado Virtual, tendo-se como base o interesse pelo aprendizado que este sistema despertou entre os alunos. Palavras-chave: jogo de empresas, simulação, ensino de engenharia, Internet. Projeto financiado pela FAPESP e desenvolvido com o apoio técnico do Colégio Técnico Industrial "Isaac Portal Roldán" da UNESP de Bauru.