

AS GERAÇÕES X, Y E Z PRESENTES NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA FAMAM E O PLANEJAMENTO DE CARREIRA

Antonio Roberto da Conceição dos Santos *

Denise Pimenta da Silva **

Suzane Figueiredo Casas ***

Em um ambiente totalmente competitivo e sujeito à mudanças instantâneas que impulsionam as organizações para um novo modelo de gestão, o mercado torna-se cada vez mais exigente na hora de contratar pessoas. A busca por profissionais criativos e empreendedores tem sido cada vez maior entre as empresas, fazendo com que os profissionais estejam cada vez mais preocupados em ser um diferencial. Visar o próprio planejamento de carreira tende a ser uma preocupação que o profissional deverá ter, estando sempre atento para as mudanças e as diversidades do mercado. Pesquisas recentes do INEP (2014), revelam o curso de Administração entre aqueles com maior número de graduados do país, tornando intensa a competitividade entre os seus egressos por uma oportunidade no mercado de trabalho. Assim, esse estudo pretende analisar como as gerações presentes no curso de Administração da FAMAM planejam suas carreiras. A metodologia utilizada nesse trabalho compõe-se por uma pesquisa de campo com o intuito de captar informações suficientes sobre a forma como os alunos percebem o planejamento da própria carreira, ainda na graduação. Essa coleta de dados será feita através de questionários semi-estruturados, que serão aplicados a uma amostra estratificada de alunos do curso de Administração da FAMAM (Faculdade Maria Milza) instalada em Governador Mangabeira, no Recôncavo Baiano. A amostra será dividida em três grupos de gerações, gerações X, geração Y e geração Z, conforme sua idade. Utilizar-se-á método quali-quantitativo. Busca-se observar a aderência entre o que descrevem os teóricos sobre cada geração e o perfil dos estudantes da FAMAM, bem como, analisar o processo de planejamento dos mesmos, conforme cada geração. Diante do exposto acredita-se que este estudo será de grande relevância para os ingressantes nos cursos disponíveis como também para a sociedade, apontar a importância do estudo de geração como ferramenta na hora da contratação, evitando assim desgastes de ambas as partes, mostrando também a importância de planejar a própria carreira, podendo assim tornar-se um profissional diferenciado para o mercado e com maiores chances de alcançar o sucesso no mercado em constante crescimento e mudanças.

Palavras-chave: Planejamento de carreira. Tipo de carreira. Estudo de gerações

* Graduando em Administração na Faculdade Maria Milza. antonioadm2014.2@gmail.com

** Mestre em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social, pela UCSAL. Docente, orientadora e coordenadora do curso de Pedagogia na Faculdade Maria Milza. pimenta-denise@hotmail.com

*** Mestranda em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pela FAMAM. Docente e Coordenadora do Bacharelado em Administração na FAMAM. suzanegsf@gmail.com