



FACULDADE DE GESTAO WOLI - FGW

Alunos:

Heleno
Carolina
Débora
Felipe Freitas
Luciene

OPERAÇÕES EMPRESARIAIS

Universidade Corporativa

INTRODUÇÃO

Segundo Sagah, 2017 o ensino a distancia já representa mais de 30% da educação superior no Brasil, e com o avanço da pandemia em 2020, existe a probabilidade de chegar a mais de 60% em 2022. Com essa demanda de necessidade de se capacitar profissionalmente, os alunos estão procurando formas mais rápidas e mais baratas para concluir seus estudos, e a (EAD) tem sido a melhor solução para estes, com valor bem reduzido das mensalidades e a possibilidade de estudar em qualquer lugar e em qualquer hora.

As universidades corporativas dentro das empresas tem sido uma ferramenta fundamental para o crescimento da empresa e profissionalização dos seus colaboradores. Quando a empresa investe em treinamentos e capacitação para seus funcionários, ela esta investindo em uma estrutura que trará em pouco tempo um retorno muito grande, com maior força dentro do mercado, sendo possível com o conhecimento adquirido, maior agilidade e menos custos dentro da organização, 70% dos colaboradores que utilizam essa ferramenta, definem como base para o avanço da empresa, pois todos podem ter acesso a ferramentas de conhecimento (AROMANDO, 2002).

De acordo com Barley, 1998 a universidade corporativa surgiu no ano de 1927 nos Estados Unidos da América (EUA), logo após em 1955 ficou realmente conhecida no mundo como universidade corporativa, pelo trabalho feito pela General Motors, primeira empresa a divulgar o método do ensino dentro de suas instalações conhecida como *Engineering and Management Institut* (GMI).

Diante das informações acima apresentadas faz se a seguinte pergunta porque poucos funcionários utilizam a universidade corporativa dentro da sua empresa? Buscando responder ao questionamento, o objetivo geral d pesquisa foi descobrir qual o motivo da maioria dos funcionários não aderirem à universidade corporativa.

Já os objetivos específicos trataram de: verificar se os colaboradores tem conhecimento da universidade corporativa em sua empresa; descobrir se os colaboradores sabem usar a ferramenta; identificar se existem falhas no processo de treinamento; analisar como as empresas atuam na cobrança do uso da universidade corporativa.

O desenvolvimento da pesquisa beneficia a academia, as organizações e a sociedade. Os benefícios gerados para a academia acontecem em virtude do pouco material disponível sobre o tema das universidades corporativas, além de trazer informações aos novos alunos que querem utilizar esta ferramenta, mas não tem o conhecimento da ferramenta, tirando assim as dúvidas e ajudando o acadêmico a ter mais informações disponíveis para sua pesquisa. Além disso, as empresas e a sociedade também são beneficiadas com a pesquisa, visto que as empresas que aderem ao uso da ferramenta da universidade corporativa dentro de suas organizações podem através desta ferramenta, ter profissionais mais qualificados e mais aptos a melhores resultados, e a fornecer mais lucro e ajudando no crescimento da empresa, com isso a sociedade ganha com pessoas mais instruídas, e automaticamente com ganhos melhores, também com o aumento da oferta de trabalho no mercado, e gerando mais renda na família, aumentando a circulação de capital dentro do comércio local.

REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta sessão será possível entender como acontece o desenvolvimento da educação a distância no Brasil e o motivo pelo qual cada vez mais empresas tem adotado a universidade corporativa em suas estratégias de desenvolvimento competitivo.

Educação EAD no Brasil

O Ensino a Distância (EAD) já representa 30% da educação superior no Brasil. Devido a realidade a pandemia do Covid19, é possível verificar a possibilidade de um crescimento ainda maior desta modalidade de ensino, visto que muitos alunos que anteriormente tinham certo receio em contratar esta modalidade de estudo, tiveram que se adaptar ao novo estilo de vida para adquirir conhecimento (SAGAH, 2017).

Segundo Sagah (2017) o estudo online deverá representar 60% do mercado educacional de nível superior em 2022. Sobre isso, Janni (2021) complementa que apesar da pandemia ter ajudado a acelerar o crescimento do ensino superior à distância no Brasil em 2020, tal crescimento já vinha sendo registrado desde 2020. A mesma autora reforça que no período de 2009 a 2018 houve um crescimento de 145% nas matrículas desta modalidade de ensino. De acordo com Instituto Nacional de Estudos e

Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) (2020) a cada 10 estudantes, 4 relacionam-se ao ensino superior a distância.

Um dos principais fatores para o registro do aumento do ensino a distância no Brasil se deu em virtude dos valores das mensalidades dos cursos oferecidos, horário e flexibilidade das aulas, presença online destas instituições em diversas regiões, as quais ainda não contam com a presença de instituições de ensino superior com unidades físicas, dentre outros (JANNI, 2021). Sabendo da existência da desigualdade social no Brasil, vale ressaltar que nem todos tem como se deslocar aos grandes centros para estudar. Para Dias (2017) no estudo a distância o gasto diminui para mais da metade.

O ensino a distância se desenvolveu de tal forma que até as empresas passaram a implantar o mesmo em suas práticas estratégicas através da criação das universidades corporativas, próximo tópico desta pesquisa.

Como surgiu a universidade corporativa

A primeira universidade corporativa conhecida foi fundada em 1955 pela General Electric, mas a origem ainda é mais antiga, surgindo em 1927 no EUA, a General Motors foi a primeira empresa a aderir este modelo, ela criou a General Motors Engineering and Management Institute (GMI), a GMI desenvolveu programas e aulas para os funcionários, naquela época, se treinava apenas operários, e funcionários para entender novas máquinas ou tecnologias, inicialmente sem parcerias no início (BARLEY, 1998).

Somente no século XX, a universidade corporativa teve um avanço, quando começaram a existir iniciativas de programas de treinamento para desenvolver e manter a mão-de-obra que eram totalmente voltadas para os funcionários internos. O foco estruturava-se em torno dos objetivos da organização, com pouca ênfase. Essa ajuda aos funcionários sem parceiros externos organizacionais aumentou a credibilidade corporativa. De 1920 a 1980 várias organizações conquistaram o poder de conceder diploma. Na década de 80 o aprendizado no ambiente de trabalho teve um controle rígido exemplificado pelos modelos da GM e da GE, que podem ser vistas nos dias de hoje em universidades corporativas, como a *Disney University* e a *Motorola University*. Nesses exemplos a aprendizagem é central para a organização (MEISTER, 1994).

Meister (1994) chamou exemplos como GE e GM de “universidades corporativas” e de “Universidade de Qualidade Corporativa” (Corporate Quality

University) para modelos mais abrangentes que foram se desenvolvendo. As diferenças entre os dois conceitos é que as universidades corporativas oferecem programas de treinamento não necessariamente alinhados com os planos de negócio, mas coerentemente reativos ao observar problemas nos locais de trabalho. A maior parte dos programas é direcionada para o nível gerencial e acima, com algumas seleções para funcionários de linha de frente. As *Corporate Quality Universities* são uma iniciativa de mudança, em que as empresas treinam toda a sua cadeia empresarial, não somente a gerência e enxergam treinamentos como uma maneira de imprimir visão, valores, tradições e cultura da organização.

No Brasil a universidade corporativa surgiu em meados da década de 90, umas das primeiras universidades corporativas evidenciadas no país foi no Grupo Accor em 1992, com objetivo de atender todos os funcionários da América Latina foi em criada em Campinas-SP a Accor Academie (GODOY, 2020).

Com a evolução tecnológica, as organizações vêm adaptando suas universidades corporativas para formatos cada vez mais fluidos. Na nova plataforma de aprendizado, a educação corporativa se firma na modalidade EAD (Educação a Distância), evidenciando a importância da aliança entre tecnologia e educação (GODOY, 2020).

As empresas do mercado estão migrando para plataformas de ensinamentos dentro de suas organizações, como a Universidade Corporativa, onde os funcionários aprendem mais sobre suas funções e se especializam e ainda podem se aperfeiçoarem em outros cursos e buscar crescimento dentro da empresa, gerando assim uma troca muito positiva entre a empresa e o empregado, segundo (TEIXEIRA, 2001) as empresas usam o conceito de Educação e Desenvolvimento, visando o aperfeiçoamento e desenvolvimento do homem para crescimento profissional, cultural e pessoal.

A principal intenção da empresa é desenvolver seu profissional dentro da área desejada, ou seja, dentro da estratégia da empresa. No mundo empresarial o termo comum usado são as competências dos profissionais. Segundo Mundim (2007, p.9) essas competências profissionais são “o conjunto de qualificações que a pessoa tem para executar um trabalho com um nível superior de desempenho”.

As Universidades corporativas indicam para as empresas contratantes que as competências com base em empregabilidade, segundo Meister (1999), são aprender as etapas do negócio, comunicação e colaboração em grupo, raciocínio rápido e criativo, resolução de problemas, conhecimentos específicos na sua área de atuação,

conhecimento gerais de trabalho, desenvolver a parte de liderança e autoconhecimento de carreira.

Universidades Corporativas no Brasil e no Mundo

As universidades corporativas fazem parte do planejamento estratégico de muitas organizações. Na busca pelo desenvolvimento dos trabalhadores, seu objetivo principal é proporcionar condições de aprendizagem organizacional através da disponibilização de uma educação continuada (ALBANZ, 2003). Seguindo esta linha de raciocínio, uma universidade corporativa pode ser definida como um “guarda-chuva” estratégico por desenvolver e educar funcionários, clientes, fornecedores e comunidade em geral para que a empresa possa realizar suas estratégias de negócio.

Por outro lado, Litwin (2001) ressalta que ao analisar o termo “universidade empresarial” percebe-se que a utilização do termo “empresa” remete ao fato de que a universidade está vinculada à empresa. Sendo assim, os serviços educacionais para o mesmo autor, não relaciona-se ao objetivo principal destas. Para Litwin (2001) o termo “universidade” significa a formação de alunos e o desenvolvimento de pesquisas das mais diversas áreas do conhecimento. Já o termo “universidades corporativas” proporcionam orientações específicas e sempre relevantes para o crescimento do negócio, ou seja, da própria organização.

Segundo Aromando (2002), a implantação das universidades corporativas é algo novo nos países da América do Sul. Já na América do Norte e Europa nota-se a presença das mesmas junto a grandes corporações como, por exemplo, Motorola, McDonald's, Shell, Ford, Apple, dentre outras. Tais organizações alegam utilizar a universidade corporativa, as quais têm seus cursos geralmente administrados em seus países de origem, com o foco no desenvolvimento gerencial.

Na América do Sul, a adoção da universidade corporativa aconteceu pela primeira vez em 1989, pela empresa Amil. Para Aromando (2002) tal empresa é da área da saúde e atualmente conta com uma equipe que ultrapassa os 6 mil trabalhadores. Presente no Brasil, Argentina e nos Estados Unidos, a implementação da escola Amil possuía um currículo amplo, que abrangia desde o treinamento operacional até o gerencial. Ser uma empresa global é um dos motivos que leva à criação de uma estrutura de treinamento que fornece conhecimento aos colaboradores em todos os países, ajudando a desenvolver a mesma cultura colaborativa global.

Estudos demonstram que aproximadamente 30% das empresas veem a criação das universidades corporativas como uma prática que tende a crescer nos próximos anos. Isso, principalmente, em países cuja transferência de conhecimento se realiza nas empresas locais, que apresentam a menor média de horas de capacitação por empregado – aproximadamente 26 horas por ano (AROMANDO, 2002).

Mais de 70% dos colaboradores que utilizam recursos das universidades corporativas a definem como uma forte tendência na utilização de processos de treinamento. Isso, pois através da adoção das mesmas torna-se possível gerar conhecimento com agilidade a um custo menor, permitindo que as pessoas da organização tenham acesso direto às fontes de conhecimento.

METODOLOGIA

A pesquisa é do tipo descritiva, pois descreve as dificuldades, ou a falta de interesse dos alunos a fazerem as universidades corporativa, percebemos que as empresas investem muitos recursos nesta ferramenta, como profissionais dedicados a Universidade Corporativa, recursos financeiros, e investimentos de manutenção da plataforma. Ainda assim as maiorias dos funcionários não utilizam esta plataforma de aprendizagem profissional dentro de sua empresa, mesmo a plataforma sendo gratuita aos colaboradores. Já em relação à abordagem da pesquisa, esta se deu como quali-quantitativa, pois na análise dos resultados foram utilizados não só o depoimento dos funcionários das empresas, pesquisa de campo, visita as empresas para entrevistas, mas também foram utilizados gráficos e números, para poder dar maior visibilidade ao conteúdo do artigo.

O método utilizado na pesquisa foi o Estudo de Caso. Segundo o Autor Leonard-Baxton (1990) o Estudo de Caso é uma forma de estudar fenômenos do passado ou que estão acontecendo, percebidos e colhidos por diversas fontes de evidências, como também dados obtidos através de análises, entrevistas, estudos e observações, como em arquivos públicos ou privados. Cada conjunto de eventos descritos é um dado em potencial para o Estudo de Caso. Quanto mais profundo for o estudo, melhor será o entendimento de quem estiver lendo o conteúdo, com a organização e a reunião de informações, tão numerosas e detalhadas, e com diferentes formas e níveis de análise, se torna ainda mais eficiente o uso do Estudo de Caso. Os

autores Goode e Hatt (1973) afirmam que o estudo profundo e detalhado permite ampliar e detalhar o conhecimento sobre o mesmo.

Os sujeitos da pesquisa foram 05 vendedores ambos do comércio varejista do bairro Campo Grande na cidade de Cariacica, 04 vendedores do comércio varejista do bairro Cidade Livre da cidade de Aparecida de Goiânia, GO. Estes foram escolhidos pelo critério de acessibilidade. As 02 unidades de análise da pesquisa escolhida foram 02 empresas do setor de comércio varejistas, sendo a primeira empresa da cidade de Cariacica, ES e a segunda empresa da cidade de Aparecida de Goiânia, GO. Estes foram escolhidos pelo critério de acessibilidade.

Na coleta de dados aplicou-se um questionário para os colaboradores de cada empresa, sendo ele um questionário de 04 perguntas abertas, para colher do colaborador da empresa dados, tais como tempo que está na empresa, tempo de universidade corporativa na empresa, quantos cursos tem, quanto tempo tem livre para o curso, quais recursos a empresa fornece para que o colaborador possa fazer melhor seu estudo e ter boa performance. Aplicamos também um comparativo entre as duas empresas, para avaliar o desempenho e aceitação dos colaboradores entrevistados.

ANALISE DO RESULTADO

Para entender o porquê de poucos funcionários utilizarem a Universidade Corporativa na empresa, realizou-se uma pesquisa com os funcionários de 02 empresas, sendo a primeira do ramo do comércio varejista com foco na venda de móveis, eletrodomésticos, eletrônicos e celulares. Com cerca de 1.293 funcionários ativos, oferece aos mesmos uma plataforma de Universidade Corporativa – a UNISIPOLATTI (Universidade Sipolatti). Já a segunda empresa, apesar de ser do ramo e vender os mesmos produtos da primeira, conta com mais de 3.400 funcionários, os quais estão matriculados na Universidade Corporativa de ensino – UNINOVO (Universidade Novo Mundo). Vale ressaltar que na pesquisa foram entrevistados 9 funcionários. Destes 5 eram da empresa 1 e outros 4 da empresa 2. Todos eles foram escolhidos por questões de acessibilidade.

Na pesquisa foram abordadas perguntas dentro do dia a dia dos colaboradores, para saber como utilizam a ferramenta dentro do seu expediente de trabalho, dessa forma foi perguntado sobre o que eles sabem sobre a universidade corporativa de sua empresa. Assim Heric Gustavo, disse que “trata de uma grande

oportunidade, porém deveria ter mais opções de cursos como, por exemplo, na área da saúde”. Sobre isso, Crhstiele Santos complementou que “a universidade tem um comprometimento muito bom com os colaboradores, pois os cursos são bastante eficazes para o desenvolvimento do colaborador”. Ana Paula Vieira disse ser “essencial para o crescimento do colaborador não só dentro da empresa, mas em qualquer outra”; Jaqueline Rosa também complementa que “a UNINOVO (Universidade Novo Mundo) proporciona aprendizado para os colaboradores conhecerem o interior da empresa”. João Carlos confirma que “o mais importante é saber que a empresa valoriza seus funcionários e dão as ferramentas para que possam crescer”. Jerusa Oliveira fala que “é uma forma de aprender mais sobre assuntos não só relacionados a empresa, mas também para o crescimento profissionalmente”. Jackeline da Silva acredita que “a UNISIPOLATTI (Universidade Sipolatti) é uma ferramenta muito boa para futuros novos líderes”. André Inácio acrescenta que por “não ter tempo para estudar fora de casa, busca continuamente se aperfeiçoar com a UNISIPOLATTI”. Por fim, Cristiano Ribeiro argumenta que nunca teve condições de fazer um curso. Assim utiliza a plataforma “para aprender um pouco mais de assuntos de interesse”.

Também foi perguntado aos entrevistados quais as dificuldades enfrentadas no acesso da ferramenta. Sobre isso Heric Gustavo afirma que “poderia ter uma atualização semanal para o aplicativo, para diminuir o travamento ao acessar alguns cursos específicos”. Crhystiele Santos complementa dizendo que “muitas vezes ao acessar o curso dá erro praticamente na meta do curso e não conseguimos dar continuidade, tendo que mudar para outro curso”. Ana Paula confirma que “poderia ser de mínima duração por ser plataforma online, e para os funcionários ganharem tempo em loja”. Jaqueline Rosa conta que “no sistema o acesso de alguns cursos estão dando erros. A tela fica escura e não tem como dar seguimento. Deveria dar sempre manutenção do aplicativo”. João Carlos ressalta que se “gasta muito tempo fazendo curso durante o trabalho e isso prejudica as vendas”. Jerusa afirma o sistema “trava muito. Muitas vezes a internet cai não sendo possível fazer o curso”. Jackeline da Silva completa que “não consegue fazer o curso, pois o dia é muito corrido. Assim, não sobra tempo”. André Inácio informa que “a plataforma é boa mas trava muito. A internet oscila muito”. Por fim, Cristiano Ribeiro complementa que “tem dificuldades em utilizar a plataforma, principalmente, em virtude dos erros”.

Ainda para colher mais informações continuou-se a pesquisa através do questionamento de outras perguntas como, por exemplo, qual a nota dariam a

universidade corporativa de suas empresas. Sobre isso, responderam prontamente da seguinte forma: Heric Gustavo “8”, Crhstiele Santos “7”, Ana Paula Vieira “8”, Jaqueline Rosa “5”, João Carlos “6”, Jerusa Oliveira “4”, Jackeline da Silva “7”, André Inácio “5”, Cristiano Ribeiro “5”.

Buscou-se entender também a dificuldade dos mesmos em utilizar as ferramentas disponíveis em suas empresas para fazer a Universidade Corporativa. Ambos os funcionários questionaram vários fatores que os impedem de fazer o uso da ferramenta. Entre estes fatores estão a: falta de tempo, o erro da plataforma, a falta de atualização e o pouco conteúdo.

Falta de tempo, o uso da ferramenta é para ser utilizado em horário de trabalho do colaborador, ou seja, é uma das atividades que devem ser desempenhadas dentro do seu horário de trabalho, que são de 44 horas semanais, cada curso tem em média a duração de 1 hora. O colaborador não tem um horário específico para realizar os seus estudos, ficando a escolha do mesmo o horário para fazer seus cursos, não tendo assim uma fiscalização por parte dos líderes do funcionário em questão. Desta forma como não há uma fiscalização da utilização da ferramenta, pode se concluir que não há uma dedicação de parte do tempo para seus estudos.

Erro da plataforma, a plataforma, ou aplicativo, é disponibilizado pela empresa para ser utilizado em seu horário de trabalho. O colaborador tem seu usuário e senha para navegar na grade de cursos disponíveis para o seu uso, nesta plataforma o mesmo deve escolher o curso, e começar seus estudos, durante o uso, o curso trava, ou a internet cai, fazendo com que o funcionário retorne ao início de seu estudo, com isso o colaborador desiste de dar continuidade ao seu curso, e acaba deixando para outro dia, ou até mesmo acaba não acessando mais a plataforma.

Falta de atualização, por se tratar de uma plataforma de cursos online, é necessária a atualização dos recursos disponíveis dentro do aplicativo da Universidade Corporativa, a falta de atualização, causa travamento da plataforma, erros inesperados, e até perda de conexão, o que desmotiva ainda mais o uso do recurso pelos colaboradores.

Pouco conteúdo, alguns colaboradores reclamaram que o aplicativo ou plataforma da Universidade Corporativa, tem pouco conteúdo na área de interesse dos mesmos, o que não atrai a atenção deles para fazer os cursos. A maioria dos entrevistados disseram que os cursos disponíveis, são na maioria cursos básicos, como Excel, Power Point, Word, Atendimento ao cliente, Como vender mais e melhor, e

outros, preferem cursos mais atuais que possam agregar ainda mais conteúdo ao seu profissional e trazer uma melhor grade curricular.

CONCLUSÃO

Dessa forma, foi possível concluir que o motivo dos funcionários não fazerem o uso da ferramenta em suas empresas é por falta de conhecimento; de um horário específico para fazer os cursos; por ter falhas no acesso ou durante o período de estudo. Uma grande parte dos funcionários entrevistados não conhece a ferramenta de forma completa, não demonstram interesse em concluir os cursos disponíveis, e o principal, não querem tirar um tempo específico para estudar dentro do seu horário de trabalho.

Para que as empresas possam ter mais funcionários utilizando e concluindo 100% os cursos disponíveis nas grades curriculares dentro das suas Universidades Corporativas, serão necessários estipular horários específicos para o colaborador sair da sua rotina diária e ir para um local próprio para iniciar seu estudo. Também é necessário que o mesmo tenha uma meta diária, semanal ou mensal de conclusões de cursos, fazendo assim que se torne parte do seu trabalho, o uso diário da plataforma de cursos da sua empresa. Os líderes diretos dos colaboradores terão que exercer a cobrança e a fiscalização para que a Universidade Corporativa realmente seja utilizada já que as empresas pesquisadas tem em média um gasto mensal de R\$ 2.500,00, e bem utilizada dentro de suas organizações, fazendo assim com que a empresa tenha retorno de profissionais mais capacitados, mais instruídos, e mais preparados para um mercado competitivo, e para futuras promoções de cargos.

A Universidade Corporativa tem benefícios para ambas as partes; para os colaboradores que adquirem conhecimentos, se capacitam se forma pessoas mais cultas, com mais conhecimento, se atualizam para o mercado de trabalho; para a empresa que formam profissionais mais eficientes nas suas áreas de atuações, profissionais mais preparados para resolver problemas evitando assim desperdícios dentro da empresa, profissionais mais capacitados para uma futura promoção e profissionais mais engajados e comprometidos com a missão, valores e visão da empresa.

REFERÊNCIA

ALBANZ, E.I. **Gestão do conhecimento através de sistemas de Educação Continuada.** In: TERRA, J.C.C. I (org.) Gestão do conhecimento e E-learning na prática. Rio de Janeiro: Elsevier. 2003 (p.123-127)

AROMANDO, J.L. **A missão das Universidades Corporativas.** HSM, 2002. Disponível em: <http://www.hsm.com.br>. Acesso em: Junho de 2021.

BARLEY, K. Corporate university structures that reflect organizational cultures. In: ALLEN, M (Org.). Corporate University Handbook: designing managing and growing a successful program. New York: Amacon, 2002.

BRANCO. Alessandra Rosa. **O perfil das universidades corporativas no Brasil.** Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/hJqNvxpqgQgwFRPs9LwHDZb/?lang=pt> Acesso em: Junho de 2021.

GODOY, Fábio. **Como surgiu a universidade corporativa? Tudo sobre a modalidade de educação nas empresas.** Disponível em: <https://blog.eadplataforma.com/ead-para-empresas/como-surgiu-universidade-corporativa/>. Acesso em: Junho de 2021.

GOODE, W.; HATT, P. **Métodos em pesquisa social.** São Paulo, SP: Nacional, 1973.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). **Ensino a distância se confirma como tendência.** Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-da-educacao-superior/ensino-a-distancia-se-confirma-como-tendencia>. Acesso em: Junho de 2021.

JANNI, Vanessa. **O crescimento do EAD na pandemia indica maior procura em modelos de estudo digitais em 2021.** Disponível em: <https://www.portaldoagronegocio.com.br/gestao-rural/capitacao/noticias/o-crescimento-do-ead-na-pandemia-indica-maior-procura-em-modelos-de-estudo-digitais-em-2021>. Acesso em: Junho de 2021.

LEONARD-Baxton, D. (1990). **A dual methodology for case studies: Synergistic use of a longitudinal single site with replicated multiple sites.** *Organization Science*, 1(3), 248-266.

LITWIN, Edith (org). **Educação a Distância: Temas para Debate de uma Nova**

MEISTER, J. C. Corporate quality universities: lessons in building a world-class work force. Nova York: Irwin Professional Publishers, 1994.

MEISTER, Jeanne C. Educação corporativa. São Paulo : Makron do Brasil, 1999.

MUNDIM, A. P. F. **Desenvolvimento de produtos e Educação Corporativa.** 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SAGAH, 2017 Ead no brasil: confira tudo sobre o assunto, dados importantes e tendências para o futuro. Disponível em: <https://sambatech.com/blog/cat-ead/ead-no-brasil/>. Acesso em: Junho de 2021.

TEIXEIRA, Andréa. Universidades corporativas X educação corporativa: o desenvolvimento do aprendizado contínuo – Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.