

ARTICLE ORIGINAL

TORQUATO, Paola Regazoni^[1], ARAUJO, Fernando Oliveira de^[2]

TORQUATO, Paola Regazoni. ARAUJO, Fernando Oliveira de. Le commerce des écoles de commerce. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. An 06, Ed. 04, Vol. 08, p. 67-80. avril 2021. ISSN: 2448-0959, Lien d'accès: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/ingenierie-de-production/ecolets-de-commerce>, DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/ingenierie-de-production/ecolets-de-commerce

Contents

- RÉSUMÉ
- 1. INTRODUCTION
- 1.1 OBJECTIF GÉNÉRAL
- 2.2 OBJECTIFS SPÉCIFIQUES
- 3. MATÉRIAUX ET MÉTHODES
 - 3.1 EXAMEN SYSTÉMATIQUE DE LA LITTÉRATURE
 - 3.2 ÉTUDE EMPIRIQUE
 - 3.3 LIMITATIONS DE LA MÉTHODE
- 4. ANALYSE ET DISCUSSION DES RÉSULTATS
- 5. CONSIDÉRATIONS FINALES
- RÉFÉRENCES

RÉSUMÉ

Cet article cherche à comparer les livraisons promises par les principales écoles de commerce avec celles attendues par les étudiants, afin d'améliorer les processus administratifs utilisés par les institutions. Il s'agit d'un examen systématique de la littérature, accompagné d'une recherche empirique exploratoire, qui décrit l'état de l'art et le potentiel d'innovation par rapport aux processus de gestion des écoles de commerce par rapport aux attentes du marché. Cinq attributs pertinents à la réussite des écoles de commerce ont été identifiés, à savoir : la prestation de l'apprentissage en gestion; flexibilité organisationnelle;

mesure stratégique du rendement; l'impact et les résultats. il s'agit d'une étude sans précédent, au niveau national, visant à améliorer les processus de gestion des écoles de commerce de Rio de Janeiro. Les résultats se limitent au cas à l'étude.

Mots clés: École de commerce, formation en gestion, formation des cadres.

1. INTRODUCTION

Les écoles de commerce représentent des espaces de formation et de qualification des professionnels des différents niveaux hiérarchiques, désireux de développer des compétences techniques, managériales ou comportementales. (PIMENTA et DUARTE, 2007). Ils cherchent à se différencier en offrant des programmes segmentés selon différents critères, tels que la forme et l'intensité de leur réalisation; durée; lieu de réalisation; flexibilité pour le participant...

On s'attend à ce que les écoles de commerce soient insérées dans un environnement concurrentiel, ont l'intention d'offrir des services éducatifs et de formation afin de contribuer à la matérialisation des objectifs des entreprises contractantes et de leurs employés. Et dans ce contexte, cette recherche cherche à comparer les relations entre les attentes des clients (étudiants et diplômés) avec les promesses faites par les institutions étudiées à Rio de Janeiro. Il arrive que parmi les promesses et les attentes des différents groupes d'acteurs impliqués (enseignants, coordinateurs, étudiants, diplômés et gestionnaires), des lacunes dans l'efficacité des services offerts puissent être observées. En ce sens, cette recherche vise à comparer les attentes des clients avec les promesses des établissements d'enseignement.

1.1 OBJECTIF GÉNÉRAL

L'objectif de ce travail est d'identifier ce que les écoles de commerce de l'État de Rio de Janeiro promettent, en soulignant leurs objectifs sur la perspective de leurs différents groupes d'acteurs concernant la prestation de leurs services.

2.2 OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

- Identifier les attentes des clients des écoles de commerce de Rio de Janeiro;
- Analyser quelles sont les principales promesses des écoles de commerce de l'État de Rio de Janeiro pour leurs clients.
- Comparez les promesses et les attentes démontrées.

3. MATÉRIAUX ET MÉTHODES

La recherche a été constituée par un examen systématique de la littérature et de la recherche empirique. Les concepts, les définitions des écoles de commerce, ainsi que les éléments fondamentaux de la proposition d'un modèle adapté à la gestion des organisations interrogées sont analysés. La recherche bibliographique vise à couvrir la production littéraire qui est compatible avec le thème à l'étude selon Marconi et Lakatos (2003).

3.1 EXAMEN SYSTÉMATIQUE DE LA LITTÉRATURE

Un examen systématique de la littérature a été effectué à partir des bases de données *Web of Science* (*Thomson Reuters Scientific*) et *Scopus* (*Elsevier*), ainsi que de la Bibliothèque numérique brésilienne des thèses et thèses (BDTD) de l'Institut brésilien d'information sur les sciences et la technologie (IBICT). Nous avons essayé de respecter les observations des bonnes pratiques pour les examens systématiques, présentées par le *Center for Reviews and Dissemination* (CRD, 2009), en tenant compte de huit aspects : définir l'examen en termes de population, d'interventions, de comparateurs, de résultats et de conceptions d'études (*PICO - Population, Intervention, Comparaison et Outcome*); l'adéquation de la stratégie de recherche; mesures préventives contre les erreurs dans le processus de sélection des sources; l'appropriation de critères pour évaluer la qualité des études primaires, la prévention contre les préjugés et les erreurs dans le processus d'évaluation de la qualité; prendre des mesures préventives pour minimiser les erreurs dans le processus d'extraction des données; détaillant les études primaires; méthodes appropriées pour la synthèse des données; l'évaluation des différences entre les études et le regroupement, s'il est approprié et important de le faire; l'exactitude des conclusions des auteurs par rapport aux éléments

de preuve examinés. (CRD, 2009).

Outre les bonnes pratiques, nous considérons les indications de Sampaio et Mancini (2007), pour qui la recherche scientifique nécessite, en plus d'un examen systématique, des questions de recherche pertinentes et bien formulées : quelles sont les principales caractéristiques des écoles de commerce identifiées par la littérature ? Quelles seraient les contributions attendues des écoles de commerce au développement de l'écosystème des entreprises ?

L'acronyme *PICO*, utilisé dans les revues systématiques dans le domaine de la santé, adapté pour l'examen bibliographique de cette recherche, utilise des *strings* (descripteurs) pour identifier la population d'objets d'intérêt, selon les combinaisons appropriées au thème. Après le choix, les descripteurs ont été appliqués aux bases de recherche *Web of Science* e *Scopus* et *Scopus* en recherchant des revues avec des articles indexés en anglais, portugais et espagnol, associés par des connecteurs logiques ET (AND), OU ALORS (OR), selon la pertinence du descripteur utilisé. La clé de recherche a généré la *string* suivante :

(Business schools OR business college OR managements schools OR managements institutes) AND (Consulting OR executive training OR management development OR complementary training OR management certification) AND (Organizational development OR capacity building OR organizational intelligence OR managerial development))

Une enquête bibliographique a été réalisée dans les bases de données, ainsi que les filtres relatifs aux types de production scientifique (article et revue) et aux langues d'intérêt (anglais, portugais et espagnol) entre le 10 et le 20 juillet 2019.

Autre source d'information sur le thème de la recherche, les productions académiques locales disponibles à la Bibliothèque numérique brésilienne des thèses et mémoires (BDTD) le 24 juillet 2019 ont été consultées. Le tableau 1 détaille les ensembles d'études trouvés dans la phase initiale des recherches.

TABLEAU 1 – productions consultées.

Bases				
gentil	Scopus	Web. of Sc.	BDTD	total
Articles et articles	243	155		398
critiques	28	10		38
Thèses			12	12
Dissertations			18	18

Source: TORQUATO et ARAUJO (2020).

Après avoir lu les titres et les résumés, les articles ont été soumis à la présélection par critère d'adhésion au thème, laissant à la révision 27 textes, systématisés dans le graphique 2 :

TABLEAU 2 – productions sélectionnées pour examen.

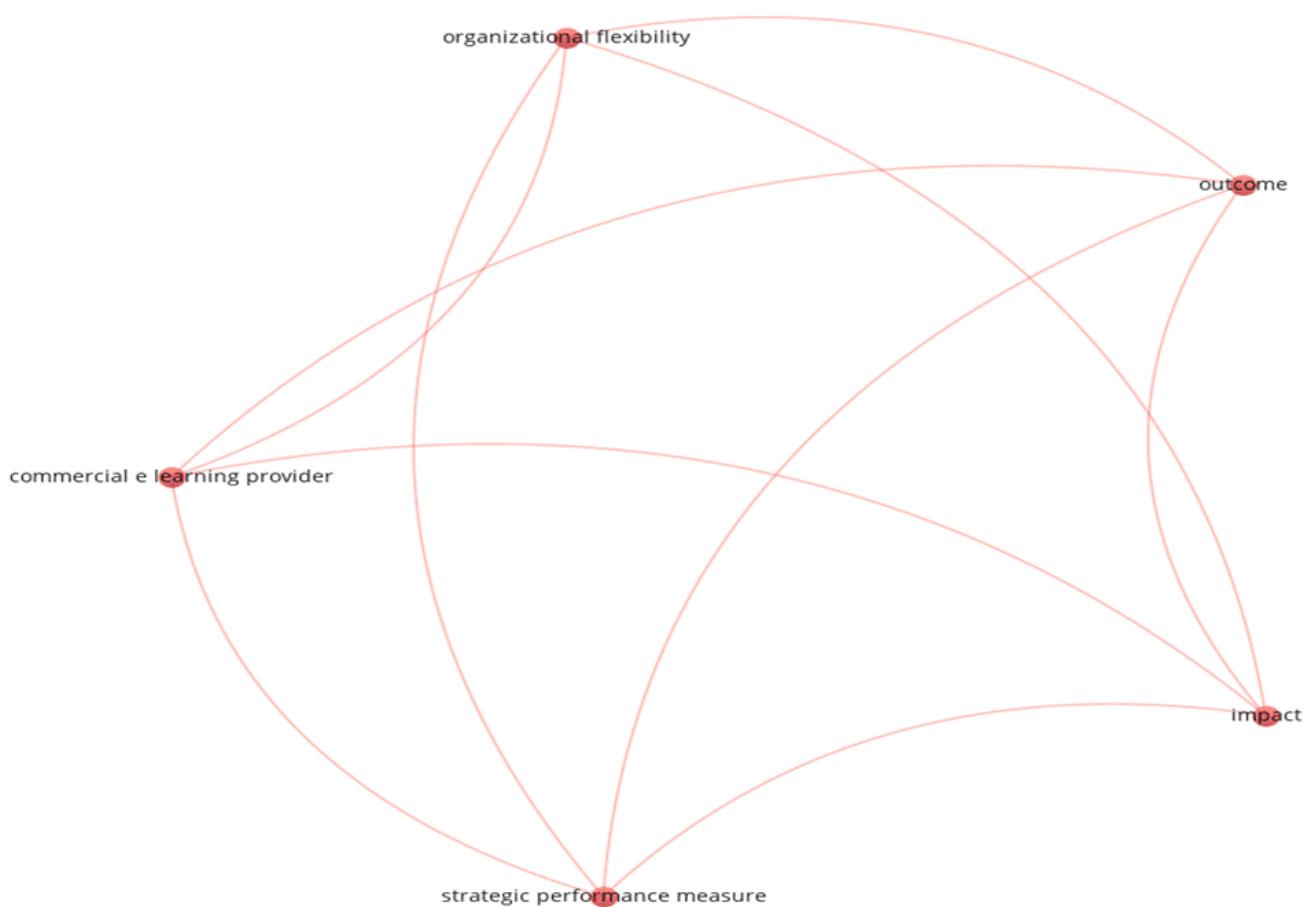
Bases				
gentil	Scopus	Web. of Sc.	BDTD	total
Articles et articles	5	14		19
critiques	28	10		38
Thèses			2	2
Dissertations			5	5

Source: TORQUATO et ARAUJO (2020).

Les articles sélectionnés ont été entièrement lus et analysés de façon critique. Pour soutenir la recherche d'attributs adhérents dans les œuvres sélectionnées, le logiciel vosviewer a été utilisé. La figure 1 illustre le processus d'identification des concepts et des attributs observés dans les écoles de commerce, en soulignant : la prestation de l'apprentissage en gestion; flexibilité organisationnelle; mesure stratégique du rendement; l'impact et les résultats.

FIGURE 1 – identification des attributs présentés dans les titres des références.

FIGURA 1 - identificação dos atributos apresentados nos títulos das referências.



Source: l'auteur (2020).

Dans l'analyse sémantique, les titres et résumés des références anglaises ont été enregistrés dans un fichier au format .txt et, à partir du lien « *create* » de l'application, sélectionné les options suivantes: « *Create a map based on text data* » >> « *Read data from VOSviewer files* » >> Sélection du txt >> « *Binary counting* » >> « 1 » >> « 30 » >> « *Finish* ».

Sept caractéristiques théoriques ont été regroupées et mises en évidence, c'est-à-dire : publier des recherches; créer des avantages concurrentiels; proposition de valeur; l'identité de l'entreprise; réussite professionnelle; former de la main-d'œuvre qualifiée et l'hybridation/diversification. Ces catégories ont un plus grand impact sur les textes analysés, car ils semblent plus récurrents et, par conséquent, sont utilisés pour guider la recherche de

réponses aux problèmes de recherche dans la phase empirique.

Trkman (2019) identifie 4 groupes d'intervenants pour les écosystèmes d'affaires dans les écoles de commerce : étudiants, enseignants, universités et société. Ces groupes sont associés aux cinq attributs identifiés dans les titres des références et des sept catégories les plus représentatives, classés à partir de l'analyse critique de la littérature.

Parmi les catégories identifiées, il a été possible de caractériser les écoles de commerce comme des institutions qui sont des fournisseurs d'apprentissage en gestion, qui cherchent à promouvoir un impact sur la société pour créer des avantages concurrentiels grâce à l'identité d'entreprise, obtenue par la recherche d'une amélioration des classifications des mesures d'impact stratégique, composées de publications de recherche scientifique, d'hybridisme et de diversification des activités.

3.2 ÉTUDE EMPIRIQUE

La typologie de recherche a commencé à partir de la lecture de Marconi et Lakatos (2003); Gil (2002); Gray (2012); Prodanov et Freitas (2013), qui permettent de classer cela comme une recherche mixte sur le terrain, de nature appliquée et descriptive par rapport aux objets de recherche, c'est-à-dire les écoles de commerce de Rio de Janeiro. Il s'agit donc d'un univers restreint d'acteurs connus, qui permet de décrire les objets de recherche, en s'abstenant du processus d'échantillonnage. Les tableaux 3 et 4 présentent les caractéristiques des objets et des sujets de recherche :

TABLEAU 3 – caractérisation des écoles de commerce, objets de recherche.

Objet	fonctionnalités
École A	C'est l'école de commerce la plus traditionnelle du Brésil, qui travaille depuis 70 ans, avec une production académique comparable à celle des institutions de pointe au niveau mondial. Ses actions sont axées sur des domaines stratégiques de la vie brésilienne, en particulier l'administration publique, l'économie, l'histoire et le droit.

Objet	fonctionnalités
École B	Il s'agit d'une institution privée, spécialisée dans l'enseignement et la recherche dans les domaines des affaires et de l'économie. Elle a été fondée dans les années 1970. Il offre des cours de premier cycle et de deuxième cycle en affaires, économie, droit, relations internationales, comptabilité. Le MBA a été créé en 1980. La école de commerce produit des services de recherche, de conseil et d'autres services. Il fait partie des opérations brésiliennes d'une multinationale américaine.
École C	Centre de recherche avancée lié à une Université fédérale, structurée dans les années 1990, qui vise à : diffuser les connaissances; promouvoir l'extension de l'université; spécialisation au niveau des cycles supérieurs; favoriser la recherche; changements technologiques, économiques et sociaux.

Source: TORQUATO et ARAUJO (2020).

TABLEAU 4 – caractérisation de groupes d'acteurs, sujets de recherche.

Caractérisation des sujets de recherche		
groupe	fonctionnalités	Sources
Étudiants	Acteurs intéressés à montrer les résultats sur le marché du travail grâce à la réussite professionnelle. Ils sont tenus de publier des recherches et de viser la certification.	Acharya, S. (2019); Trkman (2019) Guimarães (2002); Cabral-Cardoso, C. (2004); Orozco, L.A. et Villaveces, J.L. (2015); Seoane (2016)
enseignant	Ils visent à créer des avantages concurrentiels pour d'autres acteurs, se caractérisent par la flexibilité organisationnelle et la proposition de valeurs (intellectuelles, éthiques, économiques...). Ils sont invités à publier et à promouvoir la recherche stratégique, en plus de s'adapter à l'hybridation et à la diversification des activités.	Dell'era, C. (2010) ; Loyola (2015); Seoane (2016); Vakkayil, J., Chatterjee, D. (2017) Muff, K. (2017) Passarelli, A.M.; Boyatzis, R.E. et Wei, H.G. (2018); Guimarães (2002); Alajoutsijarvi, K; Juusola, K. et Siltaoja, M. (2015); Trkman (2019)

Caractérisation des sujets de recherche		
groupe	fonctionnalités	Sources
(GESTIONNAIRES/COORDONNATEURS)	Ils s'identifient comme des fournisseurs d'apprentissage en gestion et visent à promouvoir l'impact de l'identité d'entreprise par des incitations à publier des recherches et à améliorer le classement international. On leur demande d'accroître la compétitivité, de générer de la valeur pour la société, de promouvoir l'hybridation et la diversification des activités.	Guimarães (2002); Cabral-Cardoso, C. (2004); Trkman (2019); Alajoutsijarvi, K; Juusola, K. et Siltaoja, M. (2015); Massaro, M.; Dumay, J. et Bagnoli, C. (2015); Money, K., Saraeva, A., Garnelo-Gomez, I., Pain, S., Hillenbrand, C. (2017); Martin, G; Siebert, S. et Robson, je. (2018)
Diplômés	Favorise les mesures stratégiques du rendement par l'appréciation ou la dépréciation de l'identité d'entreprise des écoles de commerce dans leur <i>réseautage</i> . Ils représentent la main-d'œuvre qualifiée qui représente les institutions sur le marché du travail.	Loyola (2015); Passarelli, A.M.; Boyatzis, R.E. et Wei, H.G. (2018); Guimarães (2002); Seoane (2016); Passarelli, A.M.; Boyatzis, R.E. et Wei, H.G. (2018)

Source: adapté de Trkman (2019).

Les sujets de recherche ont été sélectionnés selon le critère de commodité et de disponibilité pour répondre aux exigences de la recherche. Le questionnaire, un instrument de collecte de données, a été élaboré sur la base théorique vérifiée par l'examen systématique de la littérature, ainsi que sur les objectifs et le profil des sujets de recherche.

Après un premier contact avec les candidats, en octobre 2019, ceux qui correspondent au profil d'intérêt pour la recherche et acceptent de répondre au questionnaire, ont reçu le formulaire de test. L'utilisation du pré-test pour la définition des questionnaires est une procédure indiquée par Marconi et Lakatos (2003). Cette fonctionnalité vous permet d'identifier les défaillances en eux. Neuf sujets de recherche ont participé à la phase de test du questionnaire, entre le 18/10 et le 06/11/2019, 3 diplômés, 2 managers, 2 coordinateurs et 2 étudiants des écoles de commerce de Rio de Janeiro.

Les questions objectives ont été validées par évaluation du visage, les données compilées ont été soumises au test Alpha de Cronbach, qui traite de la mesure de fiabilité la plus largement utilisée aujourd’hui (HAIR et al., 2009). L’indice varie de 0 à 1, avec une limite inférieure de 0,6 et est obtenu à partir de la formule canonique, présentant une valeur de 0,89, avec répétition pour l’ensemble total de 0,872, un facteur qui confère une fiabilité « élevée » à l’instrument de collecte.

Cette recherche concède deux méthodes, quantitatives et qualitatives, afin de favoriser la convergence et/ou la divergence entre les réponses qui se rapportent aux variables d’intérêt, de la comparaison entre les réponses déjà formulées par les auteurs présentés dans la revue systématique de la littérature et celles présentées par les sujets de recherche. Cette comparaison permet, selon Tuzzo et Braga (2016), l’intégration entre les différentes perspectives possibles par rapport au phénomène à cet égard.

3.3 LIMITATIONS DE LA MÉTHODE

Les méthodes appliquées sont limitées, selon Gray (2012), parce qu’elles permettent un biais de la part des sujets de recherche, l’interprétation du chercheur et les trous de mémoire des répondants. D’autres influences négatives pour la constitution des données sont la présence d’erreurs d’achèvement, d’omissions et de difficultés dans l’interprétation des questions.

Pour quantifier l’univers d’intérêt, nous avons cherché, dans la recherche documentaire, les données nécessaires à la mesure d’un échantillon probabiliste. Il a toutefois été constaté, à partir de recherches sur le terrain, que les données disponibles dans les écoles de commerce sont assez compartimentées et que certains responsables de leur diffusion ne sont pas en mesure de collaborer à la recherche, de sorte qu’il n’a pas été possible d’obtenir des chiffres fiables quant à la taille de la population d’intérêt, si peu sélectionner les sujets de recherche au hasard. Selon Gray (2012), de telles limitations ont amené cette enquête à utiliser un échantillon de commodité, c’est-à-dire non probabiliste. La caractéristique non probabiliste des données présentées ici limite la généralisation des résultats, de sorte que les considérations exprimées ne devraient être observées qu’en fonction du groupe décrit.

4. ANALYSE ET DISCUSSION DES RÉSULTATS

Les acteurs consultés sont divisés en cinq ensembles : cadres, coordinateurs, enseignants, diplômés et étudiants des écoles de commerce interrogés. Au cours de la collecte de données, 146 sujets de recherche ont collaboré, 28 gestionnaires, 14 coordinateurs, 37 enseignants, 37 diplômés et 30 étudiants. La collection comprenait la période de décembre 2019 à mars 2020, avec plusieurs visites d'écoles de commerce et la mobilisation de réseaux d'intérêt entre institutions. L'extrait est composé de répondants âgés de 19 à 77 ans, terminé en 2020.

Il a été possible d'identifier trois attributs et 18 éléments pertinents pour indiquer les valeurs promises par les institutions et attendues par les clients du point de vue des groupes d'acteurs concernés. Afin de mesurer les attentes des répondants, la question est « Quels avantages les étudiants attendent-ils des écoles de commerce? ». La réponse peut varier de 1 (petite attente) à 5 (grande attente). On leur demande ensuite : « Quels avantages l'école de commerce promet-elle d'offrir à ses étudiants? »

L'analyse comparative croisée a montré que, pour l'ensemble du groupe de 146 répondants, il n'y a pas de consensus parmi les avantages attendus par les étudiants de l'EN. Toutefois, les répondants ne s'attendaient pas à ce que les étudiants recherchent la « certification ». À l'exception des gestionnaires consultés, les autres groupes d'acteurs considèrent qu'il s'agit de la valeur la moins attendue par les clients des écoles de commerce.

Il a également été démontré que, parmi les sujets consultés, il n'y a pas de consensus sur le principal avantage promis par les EN à leurs clients. Les étudiants, les diplômés et les gestionnaires s'entendent toutefois pour dire que l'avancement professionnel et l'amélioration de la compétitivité ne figurent pas parmi les valeurs les plus promises par les établissements.

Les principaux conflits entre les attentes et les promesses se produisent, dans la perception des répondants, en ce qui concerne les avantages de l'avancement professionnel, tant attendu chez les étudiants et peu promis par les CD. À l'inverse, la « certification » est perçue par les sujets de recherche comme un avantage tant promis et peu attendu par les étudiants.

5. CONSIDÉRATIONS FINALES

L'examen systématique de la littérature a permis de concaténer les principales caractéristiques des écoles de commerce, les définissant comme des institutions qui sont des fournisseurs d'apprentissage de gestion, qui cherchent à promouvoir l'impact dans la société pour créer des avantages concurrentiels par l'identité d'entreprise, atteint par la recherche d'amélioration dans les classifications des mesures d'impact stratégique, composé de publications de recherche scientifique, l'hybridisme et la diversification des activités.

Les recherches empiriques ont montré que la valeur moins attendue par les clients des Écoles de Commerce de Rio de Janeiro, et aussi la plus promise par les institutions, est la certification, tandis que l'avancement professionnel et le gain de compétitivité sont, à l'inverse, des valeurs non promises et très souhaitées par les étudiants et les diplômés des EN.

RÉFÉRENCES

ACHARYA, S. *Beyond Learning Outcomes: Impact of Organizational Flexibility on Strategic Performance Measures of Commercial E-Learning Providers*. *Global Journal of Flexible Systems Management*, v. 20 (1) p. 31-41, 2019.

ALAJOUTSIJARVI, K; JUUSOLA, K. e SILTAOJA, M. *The Legitimacy Paradox of Business Schools: Losing by Gaining?* *Academy of Management Learning & Education*, v. 14 ed. 2, p. 277-29, 2015.

CABRAL-CARDOSO, C. *Ethical misconduct in the business school: A case of plagiarism that turned bitter*. *Journal of Business Ethics* 49 ed. 1, p. 75-89, jan. 2004 .

CRD – CENTRE FOR REVIEWS AND DISSEMINATION. *CRD's guidance for undertaking reviews in health care*. York/ England: University of York, 2009.

DELL'ERA, C. *Art for Business: Creating Competitive Advantage through Cultural Projects. Industry and Innovation*, v. 17 ed. 1, p. 71-89, 2010.

GIL, A. C. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

GUIMARÃES, Liliane de Oliveira. *A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores: contribuições das universidades de Saint Louis, Indiana e Babson College*. 2002. 316 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Eaesp, Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2002.

GRAY, D. E. *Pesquisa no mundo real*. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2012. 488 p.

HAIR, J.F. Jr. et al. *Análise Multivariada de Dados*. 6 ed. Porto Alegre: Bookman. 2009. Trad. Adonai Schlup Sant'Anna e Anselmo Chaves Neto.

LOYOLA, Marília Vargas. *O impacto do curso de pós-graduação em administração de empresas – Pós ADM- da Fundação Getulio Vargas na carreira dos seus egressos*. Dissertação (mestrado) – FGV EBAPE – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. 93fl. Orientadora: Fátima Bayma de Oliveira, Rio de Janeiro, 2015.

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTIN, G; SIEBERT, S. e ROBSON, I. *Conformist innovation: an institutional logics perspective on how HR executives construct business school reputations*. *International Journal of Human Resource Management*, v. 29 ed. 13 , p. 2027-2053, 2018.

MASSARO, M.; DUMAY, J. e BAGNOLI, C. *Where there is a will there is a way IC, strategic intent, diversification and firm performance*. *Journal of Intellectual Capital* , v. 16 ed. 3 , p. 490-517, 2015.

MONEY, K., SARAЕVA, A., GARNELO-GOMEZ, I., PAIN, S., HILLENBRAND, C. Corporate Reputation Past and Future: A Review and Integration of Existing Literature and a Framework for Future Research. *Corporate Reputation Review*, v. 20 (3-4), p. 193-211, 2017.

MUFF, K. *How the Circle Model can purpose-orient entrepreneurial universities and business schools to truly serve society*. *Journal of Management Development*, v. 36 ed. 2 edição especial: si, p. 146-162, 2017.

OROZCO, L.A. e VILLAVECES, J.L. *Heterogeneous research networks in Latin American schools of business management.* Academia-revista Latinoamericana de Administracion , v. 28 ed. 1 , p. 115-134, 2015.

PASSARELLI, A.M.; BOYATZIS, R.E. e WEI, H.G. *Assessing Leader Development: Lessons From a Historical Review of MBA Outcomes.* Journal of Management Education , v. 42 ed. 1 , p. 55-79, fev. 2018.

PIMENTA, R. D. e DUARTE, R. G. O Processo de Internacionalização de Escolas de Negócio: o Caso da Fundação Dom Cabral. In: ENANPAD, 31., 2007, RJ. Anais. Rio De Janeiro: Anpad, 2007. p. 11 - 20.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 276 p.

SAMPAIO, R. F. e MANCINI, M.C. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. Rev. bras. fisioter., São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89, jan./fev. 2007.

SEOANE, R. V. R. M. Criação de valor em cursos de MBA na percepção de seus alunos: quais os desafios das Escolas de Negócio? 61 f. Dissertação (mestrado) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa. 2015.

TRKMAN, P. *Value proposition of business schools: More than meets the eye.* The International Journal Of Management Education, [s.l.], v. 17, n. 3, p.100310-100321, nov. 2019.

TUZZO, S. A.; BRAGA, C. F. O Processo de Triangulação da Pesquisa Qualitativa: O Metafenômeno como Gênese. Revista Pesquisa Qualitativa, São Paulo, v. 4, n. 5, p. 140-158, 2016.

VAKKAYIL, J., CHATTERJEE, D. Globalization routes: The pursuit of conformity and distinctiveness by top business schools in India. Management Learning, v. 48 (3), p. 328-344, 2017.

^[1] Master en systèmes de gestion durable, spécialiste en gestion d'entreprise, diplômé en droit.

^[2] Post-Doctorat en Génie de Production et Transport par UFRGS – Université Fédérale de Rio Grande do Sul. Docteur en Génie de Production par PUC-Rio - Université Pontificale Catholique de Rio de Janeiro. Ingénieur en systèmes de gestion et production par UFF - Universidade Federal Fluminense

Soumis : Mars 2021

Approuvé : Avril 2021.