

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

MICHELE DA SILVEIRA COELHO

**ANÁLISE DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DA UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL
CATARINENSE - UNESC**

CRICIÚMA

2014

MICHELE DA SILVEIRA COELHO

**ANÁLISE DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DA UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL
CATARINENSE - UNESC**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em
Administração, no curso de Administração de Empresas, da
Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientador: Prof.º Msc Jaime Dagostim Picolo.

CRICIÚMA

2014

MICHELE DA SILVEIRA COELHO

**ANÁLISE DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DA UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL
CATARINENSE - UNESC**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em
Administração, no curso de Administração de Empresas, da
Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientador: Prof.º Msc Jaime Dagostim Picolo.

Criciúma, 11 de Julho de 2014.

BANCA EXAMINADORA

Prof MSc Jaime Dagostim Picolo

Orientador

Dedico este trabalho aos meus pais e ao meu esposo pelo amor, apoio, esforço e compreensão que me possibilitou o alcance desta vitória, me aconselhando nos momentos difíceis.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus por estar ao meu lado me dando força e saúde para que possa alcançar meus objetivos.

Aos meus pais pelo amor, educação, conselhos, incentivo e ensinamentos que me fizeram seguir em diante e lutar por aquilo que almejo. Obrigada por tudo o que fizeram e tem feito por mim.

Ao meu esposo, agradeço pelo amor e por estar sempre ao meu lado me compreendendo, apoiando e acalmando nos momentos mais difíceis para que conseguisse chegar em mais uma etapa de minha vida.

Agradeço ao meu orientador Jaime, que esteve sempre disponível para atender as minhas dúvidas, por direcionar. Por sua paciência e por acreditar nesse trabalho.

Agradeço a todos que de forma direta ou indiretamente contribuíram para a concretização deste trabalho. A todos Muito Obrigada!

“Uma visão sem ação não passa de um sonho.
Ação sem visão é só um passatempo.
Mas uma visão com ação pode mudar o mundo”.
(Joel Barker)

RESUMO

COELHO, Michele da Silveira. Estudo do nível de satisfação dos acadêmicos do curso de Administração de Empresas de uma Universidade de Santa Catarina. 2014. 51 páginas. Monografia do Curso de Administração, da Universidade do extremo Sul Catarinense – UNESC.

Com o aumento da competitividade de mercado, a percepção de qualidade de um serviço prestado tornou-se um diferencial, sendo um dos fatores decisivos no momento escolha de um produto e/ou serviço. O desenvolvimento do trabalho em questão, procurou identificar o meio em que a Universidade está inserida, levando em consideração seus pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças para assim propor melhorias ao curso. Sendo a metodologia caracterizada como descritiva e explicativa, e sobre os meios de investigação utilizando da pesquisa de campo onde foram entrevistados 148 acadêmicos dos turnos matutino e noturno, de 5ª a 8ª fase. Utilizando como método o modelo Kano que consiste em envolver uma dimensão entre a relação dos critérios e satisfação, e estar apontando os fatores a serem trabalhados através do Gap de melhoria relacionando o nível de satisfação com desempenho atual. Com a pesquisa pode-se identificar os critérios unidimensionais, os critérios atrativos, os critérios neutros Percebe-se também que não foram identificados pelos acadêmicos critérios considerados obrigatórios, sendo que este pode influenciar também na satisfação do curso.

Palavras- chave: Serviço educacional. Qualidade. Satisfação.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|----|
| FIGURA 1: Modelo Kano de Satisfação do Cliente | 24 |
| FIGURA 2: Gabarito para extração..... | 25 |
| FIGURA 3: Nível de satisfação com o desempenho atual | 34 |
| FIGURA 4: Nível de satisfação e insatisfação esperada | 35 |
| FIGURA 5: Gap de melhoria..... | 35 |
| FIGURA 6: Gabarito para extração dos atributos do modelo Kano | 36 |
| FIGURA 7: Taxa de clientes satisfeitos e insatisfeitos | 38 |
| FIGURA 8: Grau de concordância em relação ao curso avaliado..... | 39 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| QUADRO 1: Matriculados X Entrevistados | 29 |
| QUADRO 2: Percentual de Alunos Satisfeitos com o Curso..... | 31 |
| QUADRO 3: Nível de Satisfação Atual, Satisfação e Insatisfação Esperada e Gap de melhoria | 32 |
| QUADRO 4: Grau de Concordância em Relação ao Curso Avaliado | 38 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| TABELA 1: Perfil dos Entrevistados | 30 |
| TABELA 1: Presença e Ausência de atributos X Satisfação | 37 |

LISTA DE ABREVIATURAS

| | |
|-------|---|
| FUCRI | Fundação Educacional de Criciúma |
| IES | Instituição de Ensino Superior |
| LDB | Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional |
| SC | Santa Catarina |
| UNESC | Universidade do Extremo Sul Catarinense |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 13 |
| 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA | 14 |
| 1.2 OBJETIVOS | 14 |
| 1.2.1 OBJETIVO GERAL | 14 |
| 1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 15 |
| 1.3 JUSTIFICATIVA | 15 |
| 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... | 16 |
| 2.1 EDUCAÇÃO UNIVERSITÁRIA NO BRASIL | 16 |
| 2.2 GESTÃO UNIVERSITÁRIA | 17 |
| 2.2.1 DESAFIOS DA GESTÃO UNIVERSITÁRIA..... | 18 |
| 2.3 GESTÃO DE SERVIÇOS..... | 19 |
| 2.4 QUALIDADE E ATENDIMENTO | 20 |
| 2.5 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DO ENSINO SUPERIOR | 21 |
| 2.6 ENSINO SUPERIOR EM SANTA CATARINA | 22 |
| 2.7 SATISFAÇÃO VERSUS LEALDADE..... | 22 |
| 2.7.1 SATISFAÇÃO VERSUS VALOR | 23 |
| 2.8 MODELO KANO: | 24 |
| 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 27 |
| 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA..... | 27 |
| 3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA OU PÚBLICO ALVO | 27 |
| 3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS..... | 29 |
| 3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS | 29 |
| 4. ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA | 30 |
| 4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS | 30 |
| 4.2 GRAU DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AO DESEMPENHO DO CURSO | 31 |
| 4.3 ANÁLISE SEGUNDO O MODELO KANO | 36 |
| 4.4 GRAU DE CONCORDÂNCIA EM RELAÇÃO AO CURSO AVALIADO: | 38 |
| CONCLUSÃO..... | 40 |
| REFERÊNCIAS | 42 |
| APÊNDICE | 47 |

1 INTRODUÇÃO

A primeira aparição do curso de administração no Brasil foi ao século XX, com o crescimento no comércio, com a necessidade de tarefas administrativas. Gerando assim o investimento ao estudo da Administração no Brasil, a quebra da bolsa de valores foi um dos fatores devido a sua decadência, os investimentos nas indústrias também contribuíram (JUNIOR; PINTO, 2012).

Nos anos de 1931 foi criado o primeiro curso de administração particular com o período de três anos, divididos em três etapas, seguindo em 1944, com a criação da instituição Fundação Getúlio Vargas, que era voltado para o ramo de pesquisa, continuando no ano de 1952 a criação da primeira Escola Brasileira de Administração Pública no estado do Rio de Janeiro, sendo está também à primeira da América Latina. Sendo este reconhecido profissionalmente no ano de 1966, passando a ter disciplinas extracurriculares, além de ter que efetuar estágio. Nos anos de 1998, foi desvinculada a realização do curso com o aprendizado profissional. Já em 2004 com as novas diretrizes os formados de administração tinham que possuir algumas habilidades, tais como, estratégicas, operacionais, iniciativa. E na rotina acadêmica a elaboração de projetos, refletindo no âmbito empregatício através de técnicas atuais (JUNIOR; PINTO, 2012).

Relacionando o aparecimento do curso, com a atualidade dos acadêmicos nas relações com os serviços educacionais, nota-se que a fidelidade dos acadêmicos de concluir o curso na instituição que iniciaram os seus estudos, efetuar novos cursos e repassar informações da entidade para que outros possam passar a estudar na mesma, é bem complicado.

Para saber explicar esta realidade às entidades devem verificar seus conceitos, o que faz que realmente o acadêmico se torne fiel à entidade, o que ele busca e o que ele encontra (DOMINGUES; MAINARDES, 2010).

Alguns critérios que possam explicar o que a fidelidade dos acadêmicos por parte das entidades pode proporcionar a ela, sendo esta fidelidade sua principal fonte de financiamento, a melhoria de ensino, melhoria na administração, e após conclusão de curso o ex-acadêmico pode continuar a colaborar, como exemplo através de pesquisas (DOMINGUES; MAINARDES, 2010).

Segundo Domingues; Mainardes (2010, p. 8) afirma que:

No que tange ao mercado educacional especificamente, identificaram que a percepção de qualidade influencia a satisfação do aluno. Este, após utilizar o serviço, fala do

mesmo em conversa entre amigos, familiares e outros alunos. A consequência disto é o crescimento da notoriedade da IES e a vontade ou não de experimentar o serviço por parte de potenciais estudantes.

Assim quando existe a satisfação na entidade educacional por parte dos acadêmicos, os comentários sobre a entidade serão positivos fora e dentro do ambiente. Estimulando os acadêmicos a permanecerem na mesma (DOMINGUES; MAINARDES, 2010).

Neste contexto, o presente trabalho possui como objetivo identificar o nível de satisfação dos acadêmicos do curso de administração de empresas de uma universidade de Santa Catarina, apresentando os critérios que deverão dar continuidade, e os critérios que deverão ser aprimorados.

O presente estudo possui como metodologia, uma pesquisa descritiva, sendo seu enfoque quantitativo, através da coleta de informações, por meio de aplicação de questionários aos acadêmicos do Curso de Administração.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

Com a diversidade de instituições de ensino superior a escolha por parte dos acadêmicos se tornou mais difícil, então a qualificação nas instituições se tornou algo extremamente importante. E é exatamente o que os acadêmicos tem dúvida, será que a instituição é capacitada o suficiente para repassar os conhecimentos e preparar para o mercado.

Essa nova “clientela” está se tornando muito exigente, e busca por aquelas instituições que tem como oferecer novidades, quesitos que traga satisfação em continuar na mesma e proporcionar informações que os qualifiquem.

Neste contexto, define-se como questão de pesquisa: Qual o desempenho atual e quais prioridades de melhoria do serviço prestado aos acadêmicos do curso de Administração de Empresas?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar o desempenho atual e identificar prioridades de melhoria do serviço prestado aos acadêmicos.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Definir o modelo de avaliação de desempenho;
- b) Mensurar o nível de satisfação do curso;
- c) Identificar prioridades de melhorias;
- d) Propor melhorias ao curso de Administração de Empresas.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este trabalho é sobre análise do nível de satisfação do curso de administração, que busca mostrar a importância social de estar verificando o atual cenário de um curso de graduação, se tornando importante para o curso que está sempre em busca de melhorias, inovações e satisfação de todos que fazem parte do mesmo, verificando os pontos que podem ser melhorados, ou até mesmo estratégias a serem adotadas, sendo assim uma análise de um curso reflete também na imagem e organização da Universidade como um todo.

Mostra-se também importante aos acadêmicos, pois os mesmos vivenciam os pontos positivos e negativos que o curso pode vir a oferecer, podendo assim contribuir para a melhoria na continuação do curso e para o ingresso de novos acadêmicos.

O momento torna-se oportuno pelo fato da pesquisadora pertencer ao curso em estudo, sendo uma maneira de estar adquirindo experiência em quanto conhecimento teórico e levantamento de dados. Sendo por meio deste trabalho uma forma de contribuir pelo crescimento do curso, repassando a experiência vivenciada e resultados adquiridos no seu decorrer.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O contexto do capítulo demonstra de forma breve a definição de serviço e de qualidade de atendimento, fazendo uma junção entre os dois quesitos, para a prestação de atendimento no ensino superior, e descrever o que é a satisfação. Mostrando duas formas através de referencial teórico de estar mensurando níveis de satisfação.

Apresentando o contexto de evolução da educação do ensino superior, qual a valorização que se oferece a está. Como é estabelecida uma gestão e quais desafios percorre durante o seu caminho.

2.1 EDUCAÇÃO UNIVERSITÁRIA NO BRASIL

Com a revolução de 1964, muitos partidários estavam voltados para o nacionalismo, assim o governo inseriu na rede escolar pública a economia para privar assim a educação. A partir de então a educação ficou estagnada, causando a exclusão da população de classe baixa. Já por volta dos anos oitenta, o país inicia com uma nova percepção, e passa a valorizar a educação com um novo olhar, influenciando também na importância de se ter um ensino superior (LAGO, S/D).

Por volta da primeira década de noventa, o Ministério da Educação elaborou um planejamento, onde a educação torna-se uma troca de serviço. E na gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso, foi criada a Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Essa lei veio para lembrar a importância do ensino superior, distribuída de uma forma avaliativa, possibilitando a especialização nas áreas de ensino. Outro ponto que a lei distingue é as universidades de uma instituição de ensino superior (LAGO, S/D).

O Brasil hoje se encontra inserido no campo da educação universitária e existe um debate quanto o porquê de todas as instituições de ensino superior não serem universidades, este debate estende-se também a instituição pública e privada. Para isso o Ministério da Educação estabelece a classificação do ensino superior na seguinte forma: As instituições públicas são as federais, as estaduais e as municipais; As instituições Privadas são as comunitárias, as confessionais, as filantrópicas, e as privadas. Neste contexto as inserções de novas entidades de ensino contribuem na preparação de novos profissionais para o mercado de trabalho (STALLIVIERI, 2013).

Apesar de o Brasil estar iniciando nessa nova realidade, o nosso país encontra-se limitado, e encontra barreiras para a qualificação do ensino, seja por fatores sociais e/ou econômicos, deixando a desejar para os outros países, onde a percentagem de profissionais qualificados cresce constantemente. Isso vem nos bloqueando no desenvolvimento do país. Para isso a mudança deve-se vir já no ensino médio, com a melhoria. Nosso país possui menos de cinquenta por cento dos trabalhadores com o ensino médio concluído, tem como motivo envolvimento com o crime, gravidez antecipada e mais de cinquenta por cento das pessoas concluem o ensino médio, porém não dão continuidade para o ensino superior, sendo lamentável essa realidade (CHAVES, 2013).

Para Lago (S/D, p.2):

“A educação superior precisa de um reforma qualitativa em todos os seus aspectos. Melhoria do ensino, investimentos na estrutura física, compromisso real dos estudantes e professores com a pesquisa e extensão e a revisão da LDB no sentido de aprimorar e democratizar a educação.

O ensino oferecido não qualifica o aluno para o mercado de trabalho, e os motivos começam pela a falta de valorização do professor. Essa falta de incentivo acarreta a termos como base o ano de 2012, onde menos de quatro por cento dos brasileiros estão matriculados em um ensino superior (CHAVES, 2013).

2.2 GESTÃO UNIVERSITÁRIA

Quando se fala em gestão universitária, é um tema ainda muito polemizado nas conversas universitárias. Considerando as instituições como entidades, com a finalidade de repassar e aplicar a informação, diferenciando-as das universidades (DESIDERIO; FERREIRA, 2004).

A universidade possui profissionais possibilitados a repassar o ensino de acordo com a sua escolha/preferência. Influenciando assim, no processo de expansão da entidade. A mesma não pode ser considerada uma organização unificada, pois possuem diferenças quanto a fatores econômicos, fatores sociais, fatores culturais, fatores geográficos. E isso cria certa divergência ao lidar com o objetivo que a entidade deseja alcançar, já que há tantos estilos diferentes (DESIDERIO; FERREIRA, 2004).

Assim a universidade elabora de forma confusa seu objetivo/meta no modo de repassar seu conhecimento, para atingir e cativar a todos. Dificultando detalhar o processo no qual trabalha (DESIDERIO; FERREIRA; BOSCO, 2004).

Considerando a maneira de se destacar neste ambiente, para manter a entidade, manter alunos, se relacionar com o espaço ao seu redor. Para então conseguir avaliar esta forma de ensino, deve-se avaliar constantemente a estrutura do campo e profissionais, e sua adaptação com o novo (DESIDERIO; FERREIRA, 2004).

2.2.1 DESAFIOS DA GESTÃO UNIVERSITÁRIA

A maior dificuldade não está em divulgar a educação em nível superior, mas sim está em encaminhar um novo relacionamento entre a entidade universitária e o meio que a rodeia, estabelecendo novos meios para manter-se um bom convívio. As pessoas se assustam com as novidades, pois é através destas que irão se tornar um profissional capacitado para enfrentar o mercado do futuro. A mudança é lenta, pois depende da vontade de todos. E sem a mudança do acadêmico, professores, colaboradores e sociedade, as dificuldades vão continuar a existir, além desses fatores, uma boa gestão é influenciada por boas estratégias sejam elas dentro e/ou fora da universidade. Hoje com a diversidade de instituições de ensino há sim concorrência, pois estão cada vez mais preocupados em manter estudantes como meio de manter suas organizações. Utilizando de meios incorretos, e deixando a desejar no seu nível de ensino e capacitação, devendo deste modo encontrar fatores decisivos na gestão das universidades (LAUX; OTTO, S/D).

Fatores como: (LAUX, OTTO, S/D).

- a) A gestão das entidades que estão muito centralizadas deverão ter uma estratégia e um desenho da estrutura de comando;
- b) A gestão das entidades que estão pouco centralizadas deverá inserir-se em atitudes decisivas e de gestão;
- c) A gestão sem planejamento e globalizada, poderá acarretar na quebra da entidade;
- d) A gestão com qualidade e excelência, possuem altos custos, para isso é necessário encontrar possibilidades que gerem fonte;
- e) A gestão com processo de organização e ligado com as novidades depende de questões políticas e sabedorias dos donos da instituição;
- f) A gestão no mercado onde há competição deve-se buscar o que há de melhor para manter um cliente satisfeito;

- g) A gestão apoiada no fluxo do caixa, não deve ser baseada somente neste, tem que possuir um planejamento.
- h) A gestão no jogo de poder deve ocorrer para extrair o que há de melhor;
- i) A gestão sob a cultura de avaliação, ser avaliado é algo que ocorre a todo o momento.

Então para atingir um nível de gestão universitária devem-se avaliar esses critérios e verificar onde está pecando, deixando a desejar na organização (LAUX, OTTO, S/D).

2.3 GESTÃO DE SERVIÇOS

Segundo Funches (1968), o serviço pode ser considerado um conjunto de pessoas, produtos, processos, e parcerias que têm um único objetivo, o de satisfazer pessoas de acordo com suas necessidades e desejos.

Neste mesmo contexto, PAULA (2009), afirma que:

Serviço é qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer a outra, que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de qualquer coisa. Sua produção pode estar ou não vinculada a um produto físico.

Assim o serviço é a forma como a organização pretende atender e satisfazer o cliente, o mesmo deverá ser classificado de acordo com cada biótipo de cada cliente e quais os meios que deverá utilizar para atender o seu segmento. Devido ao grande avanço das informações, avanço nos tipos de serviços, modificando a sociedade, e passando a prestação de serviços como sendo competitivo para as empresas (GRONROOS, 1995).

Seguindo o contexto sobre serviços, o mesmo possui algumas características, tais como: A intangibilidade que é uma prestação de serviço que irá ou não se integrar a um bem físico para satisfazer o comprador. Porém é considerado como barreira para o consumidor e fornecedor, pois o consumidor bloqueia-se ao ir comprar algo que não tem como tocar. E para quem o fornece também é considerado uma barreira, pois avaliação do mesmo depende muito de cliente para cliente. Já a inseparabilidade é o vínculo entre o prestador com o produto e/ou serviço, podendo este ter o cliente presente em todo o processo, no início e fim do processo e a presença da mente do cliente. A Heterogeneidade é a diversificação na forma de prestação de serviços, se adaptando a necessidade do cliente, mas tem como desvantagem no custo e prazo para atender o serviço. E a Percibilidade é o desequilíbrio entre a demanda e oferta, dificultando o atendimento para todos (OLIVEIRA, 2012).

2.4 QUALIDADE E ATENDIMENTO

O que é qualidade? A qualidade existe desde que eram os faraós que eram os governantes, estes escolhiam ou não os produtos que lhes eram apresentados, atualmente continuam sendo considerado como um fator de escolha, e de diferencial para as organizações. Mas o que é a qualidade? A qualidade depende muito de pessoa para pessoa que irá avaliá-la. Qualidade é verificar erros que possam ter acontecido ao longo de um trajeto é reestruturá-lo a fim de não cometer o mesmo erro, enfim a qualidade está relacionada às características de um produto sem nenhuma inconsistência (VERAS, 2009). Já Deming (1993), caracteriza a qualidade como tudo que possa melhorar a visão do cliente sobre um produto, o satisfazendo em pagar o valor do mercado.

O que é um Atendimento? O Atendimento pode ocorrer por diversos meios, e se não prestado de forma adequada à empresa poderá perder clientes. As empresas estão cada vez mais a par desta situação para estabelecerem relacionamento. E os profissionais de atendimento tem que possuir conhecimentos, habilidades e atitude (CONTENTE, S/D).

Segundo Chiavenato (2005, *apud* ROCHA, 2009, p. 13) No negócio, o atendimento ao cliente é um dos aspectos mais importante, sendo que o cliente é o principal objetivo do negócio, [...] que todo negócio deve ser voltado ao cliente, sendo que só permanecera se o cliente estiver disposto a continuar comprando o produto/serviço.

Um atendimento diferenciado é valioso quando bem elaborado. E quem trabalha com o atendimento deve estar sempre bem informado sobre o produto ou serviço que está comercializando (GOMES, S/D). Neste contexto Chiavenato (2005 *apud* ROCHA, 2009, p. 14) afirma que:

Um bom atendimento, satisfação do cliente, qualidade, preço, marca, imagem disponibilidade no mercado durabilidade, facilidade de uso, pós-venda, comunicação com cliente, diferencial com relação aos concorrentes, demonstração de que o negócio é sério e cordial para o cliente, responsabilidade social e ética profissional.

Segundo Abdala (2008) mais de noventa por cento dos clientes deixam de procurar empresas devido às más experiências, as repassando para cerca de dezessete pessoas de seu convívio. E uma das grandes barreiras para o profissional de atendimento é ter em mente que a sociedade está em constante mudança, e está merecendo atenção para criar os vínculos denominado relacionamento (GOMES, S/D). Neste mesmo contexto Michaelis (2008, p. 743) expõe:

O que é Relacionamento? A palavra relacionamento do verbo relacionar origina-se do “latim *relatione+ar*, que significa no dicionário: Arrolar, alistar, pôr em pauta; Narrar,

expor, descrever relatar; comparar; Ter relação ou analogia ligar-se; Conseguir amizades, travar conhecimento”.

Segundo o Artigo: Relacionamento e Auto Responsabilidades publicado por Maria Aparecida Diniz Bressani, o relacionamento envolve duas ou mais pessoas que contribuem para o mesmo evoluir. Todas as pessoas vão à busca de se relacionar com alguém seja na vida afetiva ou profissional. Porém o comportamento de cada um irá estabelecer com quem e como será o relacionamento.

Assim o relacionamento são os meios de estabelecer um contato por tempo indeterminado, beneficiando cliente e empresa no período de pós-venda, envolvendo todos que compor este relacionamento (GOLVEIA; DA ROSA, 2011). Frisando que todos os indivíduos vivem em constante comunicação, e como em qualquer assunto podem surgir mau entendimentos gerando assim possíveis conflitos, e quando envolvido em uma prestação de serviço o conflito pode ser ainda maior (COHEN, 2008).

2.5 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DO ENSINO SUPERIOR

A qualidade no atendimento no ensino educacional é importantíssimo, pois este é um fator decisivo para o mantimento de uma entidade. Como em qualquer atendimento, há a preocupação redobrada com o ensino, possuindo cada vez mais a cobrança por quem deste utiliza. Necessitando assim a atenção constante da qualificação no atendimento do serviço que está prestando, deve-se atingir forças para aplicar um bom ensino, e ir em busca deste objetivo em grupo, fica mais fácil conquistar e manter um avanço, respeitado por todos, mantendo o incentivo pela busca do aprendizado. Neste contexto para atingir a qualidade na prestação de serviço, ou seja, no ensino, a entidade deve iniciar compreendendo os medos, vontades, perspectivas do acadêmico, só assim conseguirá manter a entidade e quem a ele pertencer (TORRES, 2011).

Assim é necessário por parte das instituições de ensino que transmitam serviços de qualidade, causando satisfação dos acadêmicos. As instituições que buscam atingir a satisfação, mostra-se como interessada em qualificar-se e atingir resultados. A qualidade é considerada um fator importantíssimo para todos num mercado competitivo, mantendo as mesmas que possuem. A inexistência de qualidade pode gerar um alto custo para a organização (FORTES; CAMPOS; SOUZA; ABREU)

2.6 ENSINO SUPERIOR EM SANTA CATARINA

A primeira aparição do ensino superior de Santa Catarina foi no interior do estado no Vale do Itajaí, nos anos de 1970. Porém a mesma foi apoiada por um decreto nos anos de 1964 a oficializando. A segunda instituição fundacional no estado foi a do município de Blumenau, estas instituições passaram a causar diferencial para as comunidades. A partir deste contexto começaram a surgir novas Leis que passaram a apoiar e iniciar novas instituições pelo estado (AGUIAR, 2012).

Santa Catarina atualmente encontra-se como um dos estados em melhores condições do país, com a adoção do modelo descentralizado, das noventa duas instituições de ensino superior do estado onze são universidades, ligadas a ciência e tecnologia de uma rede considerada com a melhor internet do Brasil. Considerando também que o laço com o ramo de produção e sociedade tem colaborado e muito para a conquista de melhores condições, qualificando assim os acadêmicos e professores, e ligando-os ao mercado competitivo (PANORAMA DA SOCIEDADE CATARINENSE ATUAL. S/D).

2.7 SATISFAÇÃO VERSUS LEALDADE

A satisfação aponta vivências anteriores e ansiedades dos consumidores, a mesma é atingida através da percepção de qualidade do usuário, somado com a expectativa que o consumidor possui em relação ao serviço e/ou produto. Assim a satisfação passa a ser a forma como o consumidor corresponde a um serviço e/ou produto (GOSLING; SOUZA; ARAÚJO. 2006).

A satisfação tem por objetivo, solucionar inconsistências dos consumidores, proporcionar algo de seu desejo ou necessidade. Neste contexto a empresa tem que priorizar a satisfação dentro e fora do seu ambiente, caminhando sempre ao encontro do que é melhor para o consumidor (ARAÚJO; SILVA. 2003). Segundo Araujo e Silva (2003, p.145):

A satisfação [...] se refere ao grau de congruência entre as consequências reais da compra e do consumo de uma marca e aquilo que era esperado pelo comprador no momento da compra. Se resultado real for julgado pelo comprador como pelo menos igual ao esperado, o comprador ficará satisfeito. Se, por outro lado, o resultado real for julgado como inferior ao esperado, o comprador se sentirá insatisfeito e sua atitude será menos favorável.

Quando a organização consegue mensurar o grau de satisfação dos consumidores, ela passa a enxergar em que cenário se encontra, como é o cenário que o cerca. Conhecendo assim as ameaças e oportunidades que a organização está enfrentando, mas para isso deve-se

definir como prioridade a satisfação, com sua verificação constante (ARAÚJO; SILVA, 2003).

A Satisfação pode ser definida através da vivência da aquisição de algum produto e/ou serviço e quando se chega ao pós-venda, estando inseridos todos os critérios que o consumidor julga necessário para suprir a sua necessidade, ou o seu desejo. Já lealdade por algum produto e/ou serviço é construída quando está passa a ser novamente escolhida em uma aquisição futura, mantendo assim uma ligação entre consumidor versus produto e/ou serviço. Assim a lealdade passa a ser o fator predominante para o mantimento do vínculo (ARAÚJO; GOSLING; SOUZA, 2006).

Neste contexto, não existe lealdade sem a satisfação, mas é necessário bem mais que apenas a satisfação para que o consumidor fique leal a uma loja, produto e/ou serviço, apesar desta ter um grande impacto no resultado da lealdade. Mas depende muito do retorno que o cliente recebe quando vai à procura de algo, gerando confiança neste relacionamento (ARAÚJO; GOSLING; SOUZA, 2006).

2.7.1 SATISFAÇÃO VERSUS VALOR

Possuem diferenças entre o valor do cliente e valor percebido para o cliente. O valor do cliente é o retorno que ele dá ao longo do tempo para a organização, já a percepção é o retorno da oferta de um serviço e/ou produto, sendo nesse processo que se adquire as preferencias, neste contexto o valor ligasse com a satisfação (MARTINHO; FARIAS; ROZZZETT, 2012).

Assim a percepção do valor percebido pelo cliente é estudada há muito tempo, que pode ser considerado como a forma como o cliente verifica o serviço prestado, apresentando seus atrativos e ameaças, sendo os seus atrativos verificados por sua tangibilidade, confiabilidade, responsabilidade, segurança e empatia (COSTA; SOARES, 2008).

Já suas ameaças, são bem mais verificadas por parte do usuário do que seus atrativos, estas podendo ser consideradas pelo seu valor de aquisição, esforço por parte do usuário, tempo para se alcançar os atrativos, riscos oferecidos. Ambos os quesitos compõe a valorização de algo resultando na satisfação (COSTA; SOARES, 2008).

Neste contexto, existem algumas ferramentas para avaliar a satisfação, que será abordada no tópico seguinte.

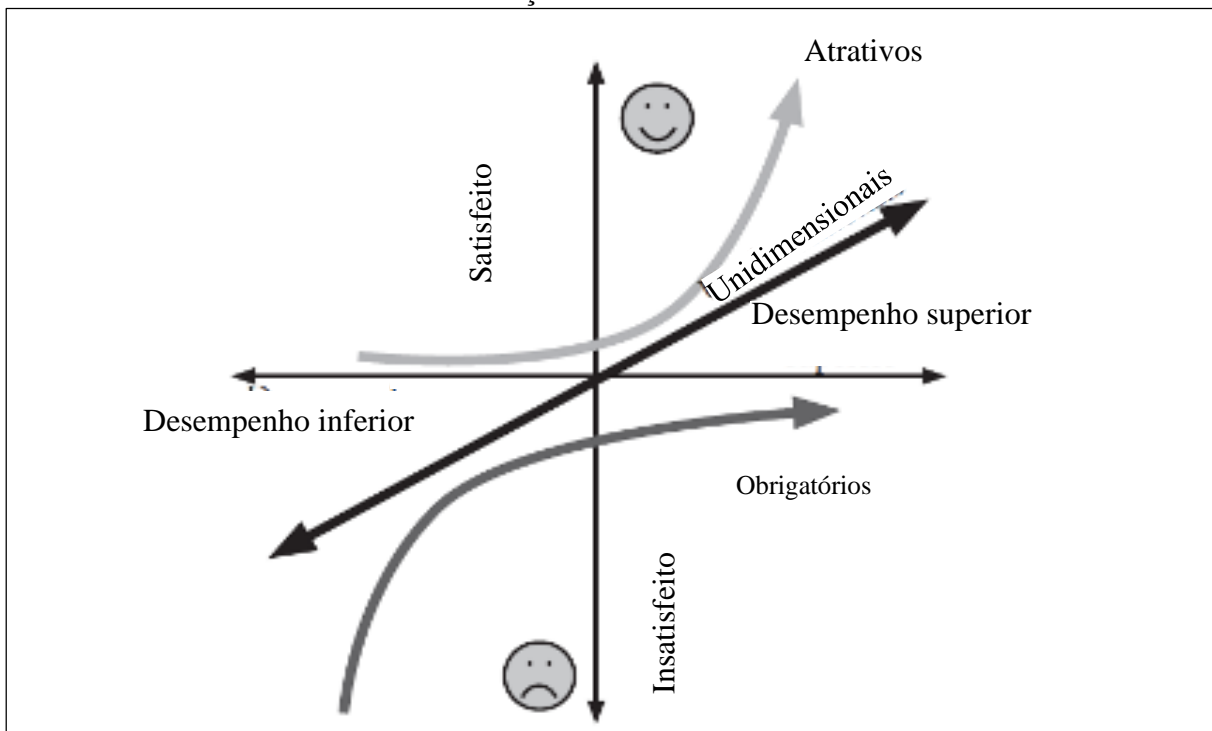
2.8 MODELO KANO:

Este modelo visa mostrar uma semelhança que envolve uma dimensão em relação aos critérios e satisfação. E é através destes critérios que poderá ser avaliado o nível de satisfação. Existem para isso alguns requisitos tais como funcionalidade do produto, qual o papel que ele desenvolve. No Modelo Kano além de função e papel, existem critérios para avaliar a satisfação ou insatisfação como os neutros (nem insatisfaz e nem satisfaz) e/ou reversos (a falta pode fazer ser um critério importantíssimo) (PICOLO; TONTINI, 2013).

Esta avaliação vai resultar em uma posição negativa ou positiva, e quais os critérios são “extras” ou indispensáveis. Cada critério há uma especialidade, uma necessidade, que visa verificar o que o consumidor está pensando a respeito (GOMES, TONTINI, 2012).

Assim de acordo com a imagem, o modelo visa apresentar critérios para manifestação do grau de satisfação ou insatisfação:

FIGURA 1: Modelo Kano de Satisfação do Cliente



Fonte: Batista, et al (2014).

Neste contexto segundo Tontini (2003) o modelo Kano possui os seguintes critérios:

- a) Critérios obrigatórios: Se estão presentes não são notados, mas a sua falta poderá implicar na insatisfação do consumidor, que os veem como critérios indispensáveis.
- b) Critérios unidimensionais: De acordo com a superação do esperado, maior é o nível de satisfação do consumidor.
- c) Critérios atrativos: Partes fundamentais para aumentar a satisfação do consumidor, podendo esse “algo a mais” se tornar futuramente um critério de insatisfação caso haja a sua inexistência.
- d) Critérios Neutros: Não gera nenhum tipo de consideração por parte do consumidor.

Assim a categoria dos critérios é elaborado através de um questionário, possuindo para cada critério duas perguntas, uma positiva e a outra negativa. A questão positiva mede como o consumidor responde a presença do critério, e a questão negativa como o mesmo responde com a sua inexistência. Efetuando depois a relação entre as duas questões que avaliaram o mesmo critério, através do gabarito de extração, onde efetua-se um quadro com os questionamentos avaliando o grau de cada uma como insatisfeito, neutro ou satisfeito, está já resultando como um critério que causa impacto ou não. Como mostra a imagem 2.

FIGURA 2: Gabarito para extração

| | | Pergunta Disfuncional | | | | | | | | | | |
|--------------------|----|--|---|---|---|---|---|----|---|----|----|----|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 | -1 | -2 | -3 | -4 | -5 |
| Pergunta Funcional | 5 | Questionável | | | Respondentes que consideram o atributo atrativo | | | | Respondentes que consideram o atributo unidimensional | | | |
| | 4 | | | | Respondentes que consideram o atributo neutro | | | | Respondentes que consideram o atributo obrigatório | | | |
| | 3 | | | | | | | | | | | |
| | 2 | Respondentes que consideram o atributo reverso | | | Questionável | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | |
| | 0 | Respondentes que consideram o atributo reverso | | | Questionável | | | | | | | |
| | -1 | | | | | | | | | | | |
| | -2 | Respondentes que consideram o atributo reverso | | | Questionável | | | | | | | |
| | -3 | | | | | | | | | | | |
| | -4 | Respondentes que consideram o atributo reverso | | | Questionável | | | | | | | |
| | -5 | | | | | | | | | | | |
| | | Atributo | | | | | | | | | | |

Fonte: PICOLO, 2005.

Pode-se então, calcular os critérios que causam satisfação (CS) e os que causam insatisfação (CI), onde é separado quantos consumidores escolheram o critério como obrigatório (O), unidimensional (U), um atrativo (A) ou neutro (N), onde estes deverão ser separados em percentual quantos entrevistados consideram cada critério com as características citas acima, efetuado assim a soma resultando em (%CS) e/ou (%CI) (TONTINI, 2003).

O Cálculo realizado para saber o CS e o CI possui a seguinte fórmula segundo Tontini (2003):

$$\%CS = \frac{\%A + \%U}{\%A + \%U + \%O + \%N} \quad \text{Equação 1}$$

$$\%CI = \frac{\%A + \%U}{\%A + \%U + \%O + \%N} - 1 \quad \text{Equação 2}$$

Onde a multiplicação por menos um no CI mostra que se trata de critérios negativos. Assim podemos verificar segundo o modelo do Tontini (2003), que este modelo permite verificar o que o consumidor considera como critérios que qualificam e causam a satisfação ou insatisfação dos mesmos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A palavra metodologia possui como significados: “Estudo científico dos métodos; Arte de guiar o espírito na investigação da verdade; [...]” (MICHAELIS, 2008, p. 582)

Entende-se por Método científico a metodologia usada por cientistas na busca do conhecimento, em uma definição mais precisa: um conjunto de regras básicas para desenvolver uma experiência a fim de produzir novos conceitos, bem como corrigir e integrar conhecimentos pré-existentes (SOUZA, S/D).

Estes procedimentos vieram da precisão de efetuar os trabalhos acadêmicos, ou seja, as monografias. Assim são necessários alguns critérios para a execução do mesmo, passando a definir a estrutura do trabalho tipo de pesquisa como exploratório, bibliográfico, descritivo, qualitativo. A fim de interligar o conteúdo teórico do estudo com a prática (LOURENÇO, S/D).

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O estudo se baseará em dois tipos de pesquisa, a descritiva que tem por finalidade conhecer, analisar, anotar os acontecimentos sem interferi-los (CERVO; BERVIAN, 1996; OLIVEIRA, 1999; RUDIO, 2007). Esta pesquisa foi efetuada a fim de identificar o atual cenário do ensino superior e quais atributos são considerados capazes de gerar satisfação.

Através da pesquisa explicativa que está detalhado os assuntos, sendo importante está pesquisa quando efetuado uma coleta aplicada. Sendo está pesquisa importante na pesquisa aplicada (DUARTE, S/D).

A busca pelos resultados do estudo sobre a satisfação dos acadêmicos perante o curso de administração será pelos meios de investigação Bibliográfica e Campo. A Pesquisa Bibliográfica foi indispensável, originando-se de pesquisas em artigos e publicações da web, visando informar-se sobre o assunto.

Realizando também a Pesquisa de Campo, indo direto no seu público alvo realizado perguntas que auxiliem no objetivo da pesquisa, através de um questionário.

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA OU PÚBLICO ALVO

O presente estudo foi realizado na região de Santa Catarina, em Criciúma, no ano de 2014 no setor de educação em nível superior, possuindo como campo de estudo o a

Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC que nasceu de uma movimentação comunitária regional com um seminário de estudos para inserção da educação de nível superior no Sul de Santa Catarina. Este seminário teve convidados tais como educadores, intelectuais, políticos, imprensa, entre outros. E tem como sua mantedora a FUCRI, a mesma passou por mudanças no ano de 1973 e passou a ser adotada como um proveito da utilidade pública. Iniciando suas atividades no Colégio Madre Tereza Michel, nos cursos de preparação para o vestibular. No ano de 1971 passa a fazer parte da Escola Técnica General Oswaldo Pinto da Veiga – SATC, em 1972 encaminha-se para o ensino universitário, endereçado no Bairro Universitário, na Cidade de Criciúma/SC. Até meados de 1991 a mantedora, fazia parte de quatro instituições de ensino. Com a Universidade, houve algumas atitudes e mudanças unindo essas faculdades. Com essa unificação aprovada, o projeto da UNESC foi direcionado para o Conselho Estadual da Educação. Sendo no dia 03 de julho de 1997 aprovado pelo Conselho e em 17 de junho de 1997 tem-se aprovação definitiva para esta transformação na UNESC.

Assim em 11 de agosto de 1997 nasce o que hoje conhecemos por UNESC. Buscando promover a educação de forma qualificada, se destacando como uma Universidade que qualifica e forma profissional responsáveis, transparente, para o mercado de trabalho e convívio social. Tendo como Reitor o Sr. Gildo Volpato reeleito no ano de 2013. Vem inserido desde os anos oitenta a pós-graduação, ofertando mais de cento e cinquenta modalidades de ensino. No ano de 2002 a entidade possui seu primeiro curso de Mestrado, sendo voltado para as Ciências Ambientais. Dois anos mais tarde, a entidade iniciou a atividade para o Mestrado em Educação e Ciências da Saúde. E no ano de 2006 fica aprovado Doutorado para o ramo das Ciências da Saúde.

A Universidade incentiva a realização de pesquisas em todos diversos níveis. Possuindo hoje como parte do Campus o Colégio UNESC; dezesseis cursos de extensão; o IPAT – Instituto de Pesquisas Ambientais e Tecnológicas da UNESC (possuindo quatorze laboratórios); a Agência de desenvolvimento, Inovação e Transferência de Tecnologia; E os cursos de Graduação, tais como: Administração, Ciências Contábeis, Direito, Economia, Fisioterapia, Geografia, História, Letras, Medicina, Nutrição, Odontologia, Psicologia, Secretariado, entre outros.

Sendo o objeto de estudo o Curso de Administração na 5ª, 6ª, 7ª e 8ª fase, sendo aplicado nas ultimas fases por possuírem maior experiência quanto ao curso estudado, estarem mais avançados em relação as disciplinas.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

O presente estudo foi realizado através da coleta de dados no curso de Administração de Empresas da UNESC, onde possuem 269 acadêmicos matriculados da 5ª a 8ª fase do turno matutino e noturno, destes sendo 148 acadêmicos entrevistados, com um erro amostral de no máximo de 5,51% (BARBETTA, 2002).

QUADRO 1: Matriculados X Entrevistados

| Fase | Turno | Matriculados | Entrevistados | Percentual de Entrevistados |
|--------------|--------------|---------------------|----------------------|------------------------------------|
| 5 | MAT | 39 | 17 | 43,59% |
| 7 | MAT | 33 | 16 | 48,48% |
| 5 | NOT | 60 | 33 | 55,00% |
| 6 | NOT | 41 | 28 | 68,29% |
| 7 | NOT | 55 | 32 | 58,18% |
| 8 | NOT | 41 | 22 | 53,66% |
| TOTAL | | 269 | 148 | 55,02% |

Fonte: Dados da coleta.

3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS

O questionário foi elaborado por meio de 25 atributos, sendo efetuado uma pergunta positiva e uma negativa para cada um, o mesmo encontra-se dividido nos seguintes grupos, atendimento, eventos, grade curricular, infraestrutura, métodos de ensino e professor. Foi questionado quanto ao nível de satisfação geral com o curso de administração, e questionado o grau de concordância em relação ao curso avaliado.

Os dados são classificados como primário, pois o mesmo foi coletado pela autora, os atributos foram selecionados como método de avaliação o modelo Kano que visa identificar a satisfação, o mesmo antes de sua aplicação foi revisado e aprovado pela coordenadora do curso de administração.

Assim a técnica utilizada é a abordagem quantitativa, por ter-se coletado respostas a fim de identificar o nível de satisfação dos acadêmicos com o curso de administração de empresas.

4. ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

Neste capítulo serão apresentados os resultados e análises obtidos através da pesquisa aplicada com os acadêmicos do curso de Administração de Empresas.

Primeiramente será apresentado o Perfil dos entrevistados, em seguida será apresentado o grau de satisfação em relação ao desempenho do curso e grau de concordância em relação ao curso avaliado.

4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A tabela 1 mostra as características e perfil dos entrevistados.

TABELA 1: Perfil dos entrevistados

| ALTERNATIVA | % | ALTERNATIVA | % |
|-----------------|--------|---------------------------------|--------|
| MATUTINO | 23,65 | MASCULINO | 46,62 |
| NOTURNO | 76,35 | FEMININO | 53,38 |
| DE 10 A 19 ANOS | 13,51 | ATÉ R\$ 724,00 | 0,68 |
| DE 20 A 25 ANOS | 68,92 | DE R\$ 724,00 A 1.448,00 | 10,14 |
| DE 26 A 30 ANOS | 10,81 | DE R\$ 1.449,00 A R\$ 2.896,00 | 24,32 |
| DE 31 A 35 ANOS | 6,08 | DE R\$ 2.897,00 A R\$ 7.240,00 | 39,19 |
| DE 36 A 40 ANOS | 0 | DE R\$ 7.241,00 A R\$ 14.480,00 | 8,78 |
| 40 ANOS OU MAIS | 0,68 | ACIMA DE R\$ 14.480,00 | 8,11 |
| | | NÃO SEI | 8,78 |
| CRICIÚMA | 44,59 | | |
| IÇARA | 9,46 | | |
| NOVA VENEZA | 6,78 | | |
| FORQUILHINHA | 4,73 | | |
| MORRO DA FUMAÇA | 4,73 | | |
| OUTROS | 29,73 | | |
| TOTAL | 100,00 | TOTAL | 100,00 |

Fonte: Dados da pesquisa.

A pesquisa teve como predominante em retorno de questionários respondidos o período noturno com 76,35%. Sendo dos entrevistados 53,38% do gênero feminino, predominando a faixa etária em 68,92% de “20 a 25” anos e renda familiar de “R\$ 2.897,00 a R\$ 7.240,00” em um total de 39,19%. Tendo como predominante entre os entrevistados do curso como cidade em que reside, a cidade de Criciúma com 44,59%.

4.2 GRAU DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AO DESEMPENHO DO CURSO

Os atributos foram selecionados de acordo com as atividades existentes no curso, em conjunto com a coordenação do curso. Através dos atributos aplicados no questionário na questão cinco, pode-se avaliar o grau de satisfação em relação ao desempenho do curso. A mesma está representada no quadro 2 em percentagem onde foram relacionados os atributos com o questionamento quanto a presença e ausência do mesmo.

Através desta avaliação é possível identificar os pontos positivos e negativos do curso. Onde é estruturado pela escala de Likert que possui uma estrutura fácil, atribuindo valores e sinais para cada resposta, para reforçar as mesmas (BRANDALISE, S/D). No caso do quadro -4 para “Extremamente Insatisfeito”, -3 para “Muito Insatisfeito”, -2 para “Insatisfeito”, -1 para “Levemente Insatisfeito”, 0 para “Indiferente”, 1 para “Levemente Satisfeito”, 2 para “Satisfeito”, 3 para “Muito Satisfeito”, 4 para “Extremamente Satisfeito”.

QUADRO 2: Percentual de alunos satisfeitos com o curso

| IT | Atributos | Extremamente Insatisfeito | Muito insatisfeito | Insatisfeito | Levemente Insatisfeito | Indiferente | Levemente satisfeito | Satisfeito | Muito Satisfeito | Extremamente Satisfeito | TOTAL |
|-----|---|---------------------------|--------------------|--------------|------------------------|-------------|----------------------|------------|------------------|-------------------------|-------|
| F01 | Facilidade de acesso à coordenação do curso | 0,0 | 0,7 | 2,7 | 3,4 | 12,2 | 17,6 | 47,3 | 12,8 | 3,4 | 100,0 |
| F02 | Gentileza no atendimento da secretaria do departamento | 1,4 | 1,4 | 4,1 | 8,1 | 6,8 | 19,6 | 37,2 | 18,2 | 3,4 | 100,0 |
| F03 | Semana acadêmica | 0,7 | 1,4 | 4,7 | 5,4 | 9,5 | 21,6 | 39,2 | 12,2 | 5,4 | 100,0 |
| F04 | Visitas técnicas nas empresas | 8,8 | 4,1 | 14,2 | 12,8 | 27,0 | 15,5 | 10,8 | 5,4 | 1,4 | 100,0 |
| F05 | Festa Junina do curso | 8,8 | 6,1 | 3,4 | 2,7 | 43,2 | 8,8 | 15,5 | 6,8 | 4,7 | 100,0 |
| F06 | Organização do conteúdo das disciplinas da matriz curricular | 1,4 | 2,7 | 1,4 | 9,5 | 8,8 | 24,3 | 37,8 | 12,2 | 2,0 | 100,0 |
| F07 | Disciplina de práticas gerenciais na Área Mercadológica | 1,5 | 4,6 | 1,5 | 7,7 | 4,6 | 15,4 | 43,1 | 16,9 | 4,6 | 100,0 |
| F08 | Disciplina de práticas gerenciais na Área de Recursos Humanos | 3,5 | 8,1 | 9,3 | 8,1 | 7,0 | 23,3 | 25,6 | 12,8 | 2,3 | 100,0 |
| F09 | Disciplina de práticas gerenciais de Produção | 0,0 | 2,8 | 0,0 | 1,4 | 5,6 | 9,7 | 33,3 | 33,3 | 13,9 | 100,0 |
| F10 | Disciplina de práticas gerenciais na Área Financeira | 0,0 | 0,0 | 4,4 | 11,1 | 8,9 | 8,9 | 33,3 | 26,7 | 6,7 | 100,0 |
| F11 | Métodos de elaboração das monografias | 7,1 | 3,6 | 5,4 | 10,7 | 0,0 | 28,6 | 32,1 | 10,7 | 1,8 | 100,0 |
| F12 | Métodos de elaboração de artigos científicos | 12,0 | 0,0 | 4,0 | 12,0 | 0,0 | 20,0 | 28,0 | 12,0 | 12,0 | 100,0 |
| F13 | Aulas em laboratório de informática | 3,4 | 2,0 | 3,4 | 9,5 | 5,4 | 15,5 | 37,2 | 19,6 | 4,1 | 100,0 |
| F14 | Aulas de práticas (ferramentas) administrativas e gerenciais | 2,0 | 1,4 | 4,1 | 8,1 | 16,2 | 22,3 | 32,4 | 10,1 | 3,4 | 100,0 |

Continua.

| IT | Atributos | Extremamente Insatisfeito | Muito insatisfeito | Insatisfeito | Levemente Insatisfeito | Indiferente | Levemente satisfeito | Satisfeito | Muito Satisfeito | Extremamente Satisfeito | TOTAL |
|-------|--|---------------------------|--------------------|--------------|------------------------|-------------|----------------------|------------|------------------|-------------------------|-------|
| F15 | Contribuição das disciplinas do curso para o desempenho profissional | 1,4 | 0,7 | 3,4 | 7,4 | 6,1 | 26,4 | 34,5 | 16,2 | 4,1 | 100,0 |
| F16 | Diversidade de métodos de ensino | 2,0 | 2,0 | 4,1 | 12,2 | 10,1 | 29,7 | 31,1 | 6,8 | 2,0 | 100,0 |
| F17 | Ensino técnico (como fazer as coisas) | 2,0 | 6,1 | 4,1 | 14,2 | 9,5 | 32,4 | 26,4 | 4,7 | 0,7 | 100,0 |
| F18 | Qualidade do conteúdo ministrado | 1,4 | 1,4 | 5,4 | 8,8 | 6,8 | 29,1 | 36,5 | 9,5 | 1,4 | 100,0 |
| F19 | Relação entre teoria e prática nas disciplinas | 2,7 | 0,7 | 7,4 | 12,8 | 3,4 | 36,5 | 27,7 | 8,1 | 0,7 | 100,0 |
| F20 | Capacidade do professor na transmissão / construção do conhecimento | 0,0 | 2,0 | 3,4 | 8,1 | 4,1 | 27,0 | 42,6 | 12,2 | 0,7 | 100,0 |
| F21 | Cumprimento do horário das aulas | 2,0 | 5,4 | 1,4 | 10,8 | 8,8 | 13,5 | 40,5 | 12,2 | 5,4 | 100,0 |
| F22 | Aproveitamento do tempo em sala de aula | 1,4 | 3,4 | 3,4 | 10,1 | 6,8 | 24,3 | 35,1 | 10,1 | 5,4 | 100,0 |
| F23 | Experiência prática dos professores sobre o conteúdo ministrado | 0,7 | 0,7 | 1,4 | 8,1 | 8,1 | 20,9 | 34,5 | 20,3 | 5,4 | 100,0 |
| F24 | Nível de exigência dos professores | 2,0 | 3,4 | 2,0 | 10,1 | 4,7 | 24,3 | 33,8 | 14,9 | 4,7 | 100,0 |
| F25 | Professores que garantam disciplina em sala de aula | 0,7 | 2,7 | 4,7 | 5,4 | 8,8 | 24,3 | 36,5 | 14,2 | 2,7 | 100,0 |
| GERAL | | 0,0 | 2,7 | 2,7 | 6,8 | 8,8 | 21,6 | 43,2 | 11,5 | 2,7 | 100,0 |

Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo o modelo Kano para cada atributo foi realizada uma pergunta positiva e a outra negativa para a realização da média foi necessário relacionar a soma de quantos responderam para cada atributo de Extremamente Insatisfeito á Extremamente Satisfeito dividindo pela soma de questionários respondidos. Sendo estes já desconsiderados os acadêmicos que não tiveram as disciplinas de prática.

Em seguida pode ser calculado o Gap que tem por finalidade apresentar quais atributos devem ser melhorados, o mesmo foi calculado efetuando a subtração da satisfação esperada pela satisfação atual. Como representada no quadro 3 a avaliação dos itens quanto a sua satisfação.

QUADRO 3: Nível satisfação atual, satisfação e insatisfação esperada e Gap de melhoria

| IT | Atributos | Satisfação esperada | Insatisfação esperada | Satisfação atual | Gap de melhoria |
|-----|--|---------------------|-----------------------|------------------|-----------------|
| F01 | Facilidade de acesso à coordenação do curso | 1,77 | -1,45 | 1,53 | 0,24 |
| F02 | Gentileza no atendimento da secretaria do departamento | 2,03 | -1,68 | 1,36 | 0,66 |
| F03 | Semana acadêmica | 1,84 | -1,42 | 1,36 | 0,47 |
| F04 | Visitas técnicas nas empresas | 1,99 | -1,63 | -0,30 | 2,29 |

Continua.

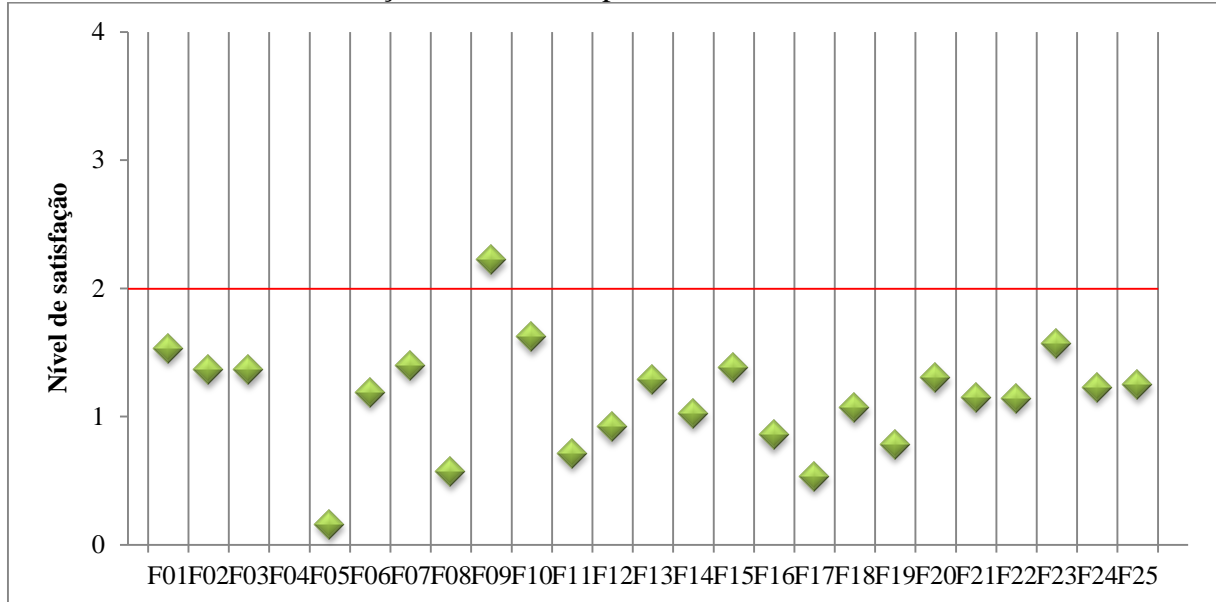
| IT | Atributos | Satisfação esperada | Insatisfação esperada | Satisfação atual | Gap de melhoria |
|-----|--|---------------------|-----------------------|------------------|-----------------|
| F05 | Festa Junina do curso | 0,78 | -0,50 | 0,16 | 0,61 |
| F06 | Organização do conteúdo das disciplinas da matriz curricular | 2,20 | -1,89 | 1,19 | 1,01 |
| F07 | Disciplina de práticas gerenciais na Área Mercadológica | 2,20 | -1,82 | 1,40 | 0,80 |
| F08 | Disciplina de práticas gerenciais na Área de Recursos Humanos | 1,86 | -1,48 | 0,57 | 1,29 |
| F09 | Disciplina de práticas gerenciais de Produção | 2,28 | -1,96 | 2,22 | 0,06 |
| F10 | Disciplina de práticas gerenciais na Área Financeira | 2,16 | -1,84 | 1,62 | 0,53 |
| F11 | Métodos de elaboração das monografias | 2,34 | -2,02 | 0,71 | 1,63 |
| F12 | Métodos de elaboração de artigos científicos | 2,20 | -2,28 | 0,92 | 1,28 |
| F13 | Aulas em laboratório de informática | 2,19 | -1,93 | 1,29 | 0,90 |
| F14 | Aulas de práticas (ferramentas) administrativas e gerenciais | 2,21 | -1,99 | 1,03 | 1,18 |
| F15 | Contribuição das disciplinas do curso para o desempenho profissional | 2,63 | -2,30 | 1,39 | 1,24 |
| F16 | Diversidade de métodos de ensino | 2,48 | -1,97 | 0,86 | 1,62 |
| F17 | Ensino técnico (como fazer as coisas) | 2,53 | -2,11 | 0,53 | 1,99 |
| F18 | Qualidade do conteúdo ministrado | 2,76 | -2,42 | 1,07 | 1,70 |
| F19 | Relação entre teoria e prática nas disciplinas | 2,66 | -2,32 | 0,78 | 1,88 |
| F20 | Capacidade do professor na transmissão / construção do conhecimento | 2,56 | -2,54 | 1,30 | 1,26 |
| F21 | Cumprimento do horário das aulas | 2,05 | -1,51 | 1,15 | 0,91 |
| F22 | Aproveitamento do tempo em sala de aula | 2,38 | -2,11 | 1,14 | 1,24 |
| F23 | Experiência prática dos professores sobre o conteúdo ministrado | 2,73 | -2,47 | 1,57 | 1,16 |
| F24 | Nível de exigência dos professores | 1,95 | -1,45 | 1,23 | 0,72 |
| F25 | Professores que garantam disciplina em sala de aula | 2,43 | -2,03 | 1,25 | 1,18 |

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com o quadro 3 os atributos com maior destaque foram o F19 “Relação entre teoria e prática nas disciplinas”, F17 “Ensino técnico (como fazer as coisas)” e F04

“Visitas técnicas nas empresas”. Podendo ser representado pela figura 2, que tem por objetivo demonstrar o nível de satisfação com o desempenho atual.

FIGURA 3: Nível de Satisfação com o desempenho atual

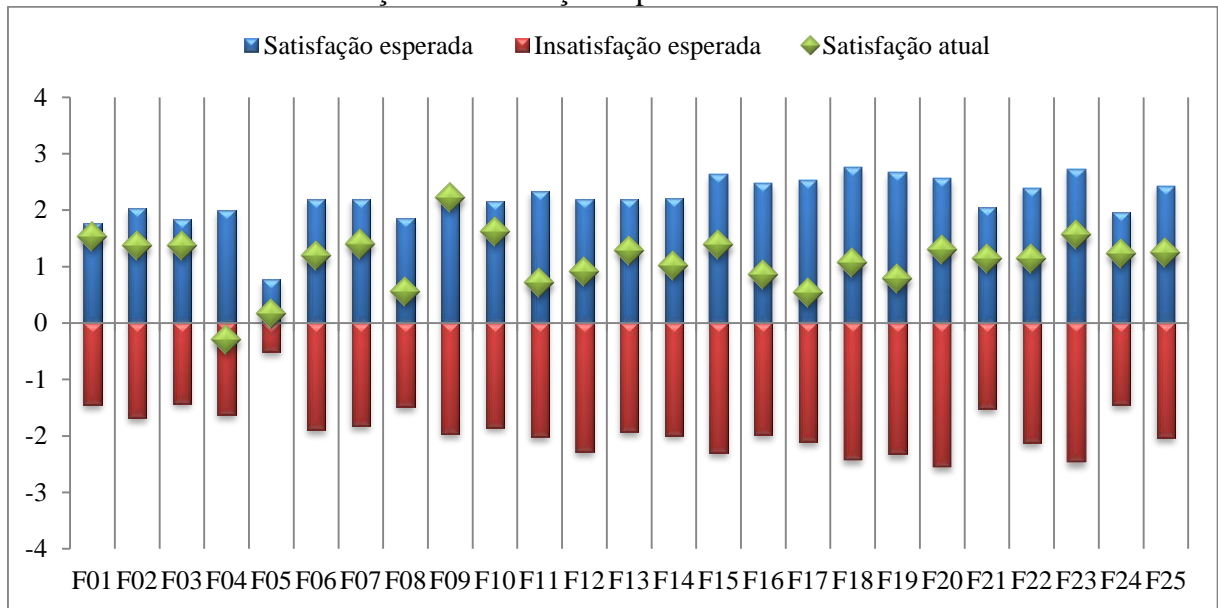


Fonte: Dados da pesquisa.

Percebe-se que o F09 “Disciplina de práticas gerenciais de Produção” está acima de 2,00 sendo este um ponto forte, estando próximos de 2,00 o F01 “Facilidade de acesso à coordenação do curso”, o F10 “Disciplina de práticas gerenciais na área Financeira” e estando como menor desempenho o F04 “Visita técnica nas empresas”

Apesar da meta gerencial ser 2, alguns atributos possuem expectativas menores do que outras, tornando estes como meta, para o nível de satisfação esperadas pelos acadêmicos, representado através da figura 3, onde apresenta o nível de satisfação e insatisfação esperada.

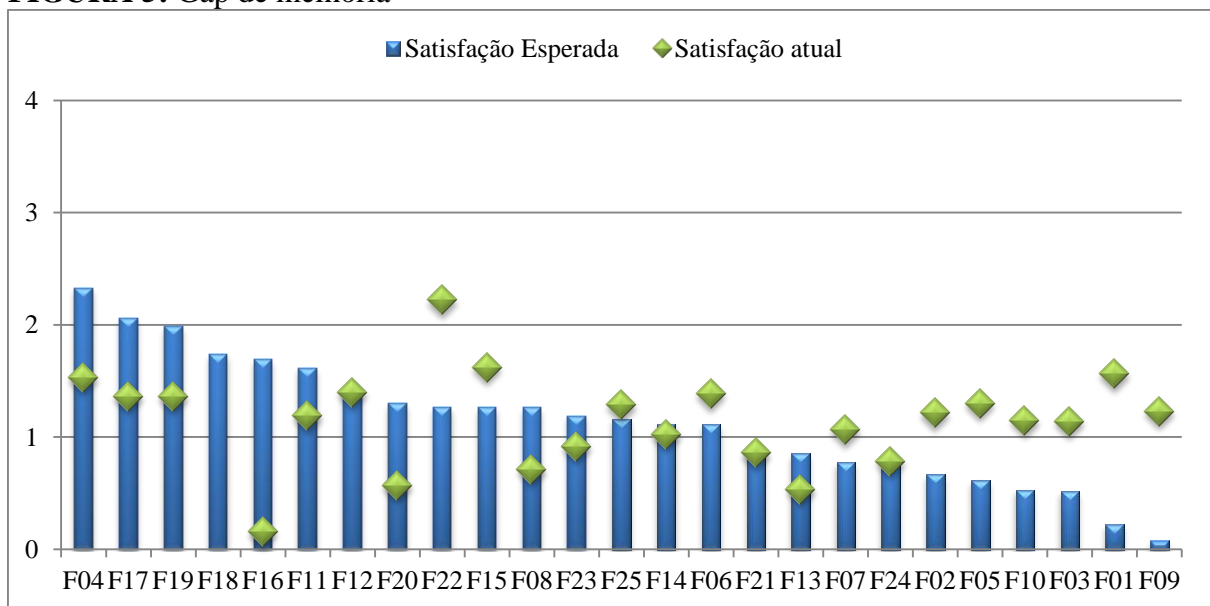
FIGURA 4: Nível de satisfação e insatisfação esperada



Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando o gráfico percebe-se que por se tratarem de critérios importantes, o gráfico encontra-se linear. Tem como destaque a satisfação presente o fator F18 “Qualidade no conteúdo ministrado” sendo a satisfação geral mais relevante o F09 “Disciplina de práticas gerenciais de Produção”, considerando-se o fator F05 “festa junina” que possui baixa satisfação esperada. Deste mesmo quadro podemos apresentar o gráfico de Gap de melhoria ficou de forma decrescente a fim de apresentar quais critérios encontra-se como uma necessidade de melhoria, e qual no momento não há necessidade de investir.

FIGURA 5: Gap de melhoria



Fonte: Dados da pesquisa.

A figura 5 está disposta em ordem decrescente para a melhor visualização dos critérios prioritários. Assim verifica-se como prioridade o F17 “Ensino técnico (como fazer as coisas)”. O F09 “Disciplina de práticas gerenciais de Produção” sendo de baixa prioridade, por possuir o menor Gap de melhoria.

4.3 ANÁLISE SEGUNDO O MODELO KANO

Cada critério que foi extraído é necessário tabular para a obtenção de sua classificação por meio de um gabarito de estratificação, como pode ser apresentado na figura 6 no qual foi usado como base para este trabalho e que será explicado no decorrer deste tópico quanto a sua classificação.

FIGURA 6: Gabarito para extração da classificação dos atributos no modelo Kano

| | | Pergunta Disfuncional | | | | | | | | |
|--------------------|----|-----------------------|-------------------|-----------------|---|---|----|----------------------|-------------------------|----|
| | | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 | -1 | -2 | -3 | -4 |
| Pergunta Funcional | 4 | Questionável | Atributo atrativo | | | | | | Atributo unidimensional | |
| | 3 | | | | | | | | | |
| | 2 | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | |
| | 0 | Atributo reverso | | Atributo neutro | | | | Atributo obrigatório | | |
| | -1 | | | | | | | | | |
| | -2 | | | | | | | | | |
| | -3 | Atributo reverso | | Questionável | | | | | | |
| | -4 | | | | | | | | | |

Fonte: Adaptado de Picolo.

O quadro 4 trata-se da análise dos critérios quanto a Causar Satisfação (CS) quando possui no curso e causam insatisfação (CI) quando não possuem, para a realização do mesmo é efetuado a média geral dos critérios, classificando-os como neutro, obrigatório, unidimensional, atrativo, questionável e relevante com base no gabarito de extratificação, após classificação do mesmo e realizado a média em percentual.

Para ter o resultado do %CS é foi utilizado a soma da média de cada critério unidimensional com o atrativo, o resultado do mesmo dividido pela soma da média dos

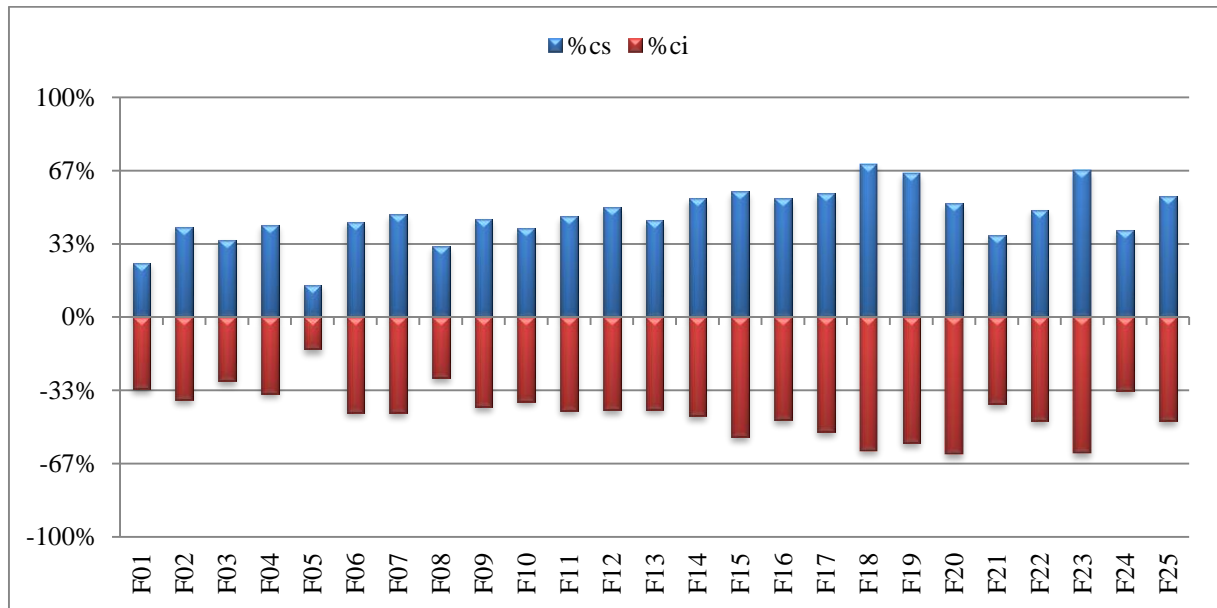
considerados como neutro, obrigatório, unidimensional, atrativo. E para efetuar o cálculo do %CI deve-se efetuar a soma de cada critério obrigatório com o unidimensional, o resultado do mesmo dividido pela soma da média dos considerados como neutro, obrigatório, unidimensional, atrativo, porém este com um sinal de menos no início do cálculo.

TABELA 2: Presença e Ausência de atributos X Satisfação

| | N (%) | O (%) | U (%) | A (%) | Q (%) | R (%) | TOTAL | %CS | %CI | CLASSIFICAÇÃO |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|--------|----------------|
| F01 | 58,17 | 15,69 | 16,34 | 7,84 | 1,96 | 0,00 | 100,00% | 24,67 | -32,67 | NEUTRO |
| F02 | 48,37 | 9,15 | 27,45 | 12,42 | 1,96 | 0,65 | 100,00 | 40,94 | -37,58 | UNIDIMENSIONAL |
| F03 | 56,86 | 5,88 | 22,22 | 11,76 | 1,31 | 1,96 | 100,00 | 35,14 | -29,05 | ATRATIVO |
| F04 | 50,98 | 5,88 | 28,10 | 13,07 | 1,31 | 0,65 | 100,00 | 42,00 | -34,67 | UNIDIMENSIONAL |
| F05 | 77,12 | 3,27 | 10,46 | 3,27 | 1,31 | 4,58 | 100,00 | 14,58 | -14,58 | NEUTRO |
| F06 | 47,06 | 7,84 | 33,99 | 7,84 | 1,31 | 1,96 | 100,00 | 43,24 | -43,24 | UNIDIMENSIONAL |
| F07 | 43,28 | 5,97 | 34,33 | 8,96 | 4,48 | 2,99 | 100,00 | 46,77 | -43,55 | UNIDIMENSIONAL |
| F08 | 62,50 | 4,55 | 22,73 | 9,09 | 0,00 | 1,14 | 100,00 | 32,18 | -27,59 | NEUTRO |
| F09 | 48,05 | 6,49 | 33,77 | 10,39 | 1,30 | 0,00 | 100,00 | 44,74 | -40,79 | UNIDIMENSIONAL |
| F10 | 51,02 | 6,12 | 30,61 | 8,16 | 0,00 | 4,08 | 100,00 | 40,43 | -38,30 | UNIDIMENSIONAL |
| F11 | 45,00 | 8,33 | 33,33 | 11,67 | 1,67 | 0,00 | 100,00 | 45,76 | -42,37 | UNIDIMENSIONAL |
| F12 | 44,44 | 3,70 | 37,04 | 11,11 | 3,70 | 0,00 | 100,00 | 50,00 | -42,31 | UNIDIMENSIONAL |
| F13 | 44,44 | 9,80 | 30,72 | 11,76 | 0,00 | 3,27 | 100,00 | 43,92 | -41,89 | UNIDIMENSIONAL |
| F14 | 36,60 | 5,88 | 35,29 | 14,38 | 2,61 | 5,23 | 100,00 | 53,90 | -44,68 | UNIDIMENSIONAL |
| F15 | 33,99 | 7,19 | 45,10 | 9,80 | 1,31 | 2,61 | 100,00 | 57,14 | -54,42 | UNIDIMENSIONAL |
| F16 | 36,60 | 7,84 | 37,25 | 15,03 | 1,31 | 1,96 | 100,00 | 54,05 | -46,62 | UNIDIMENSIONAL |
| F17 | 33,99 | 7,19 | 41,83 | 11,11 | 4,58 | 1,31 | 100,00 | 56,25 | -52,08 | UNIDIMENSIONAL |
| F18 | 26,80 | 2,61 | 55,56 | 11,11 | 1,96 | 1,96 | 100,00 | 69,39 | -60,54 | UNIDIMENSIONAL |
| F19 | 29,41 | 3,92 | 50,98 | 11,76 | 2,61 | 1,31 | 100,00 | 65,31 | -57,14 | UNIDIMENSIONAL |
| F20 | 30,07 | 17,65 | 43,79 | 7,19 | 0,65 | 0,65 | 100,00 | 51,66 | -62,25 | UNIDIMENSIONAL |
| F21 | 49,67 | 9,80 | 27,45 | 7,84 | 1,96 | 3,27 | 100,00 | 37,24 | -39,31 | UNIDIMENSIONAL |
| F22 | 39,22 | 10,46 | 35,29 | 11,76 | 1,96 | 1,31 | 100,00 | 48,65 | -47,30 | UNIDIMENSIONAL |
| F23 | 25,49 | 6,54 | 52,94 | 11,11 | 2,61 | 1,31 | 100,00 | 66,67 | -61,90 | UNIDIMENSIONAL |
| F24 | 53,59 | 4,58 | 27,45 | 10,46 | 1,31 | 2,61 | 100,00 | 39,46 | -33,33 | ATRATIVO |
| F25 | 37,25 | 6,54 | 39,22 | 13,73 | 1,31 | 1,96 | 100,00 | 54,73 | -47,30 | UNIDIMENSIONAL |

Fonte: Dados da pesquisa.

Os critérios com maior porcentagem de satisfação com sua presença foram o F18 “Qualidade do conteúdo ministrado”, F23 “Experiência prática dos professores sobre o conteúdo ministrado” e F19 “Relação entre teoria e prática”, e os que causam maior insatisfação caso não tenha são o F21 “Cumprimento do horário das aulas”, F24 “Nível de exigência dos professores” e F18 “Qualidade do conteúdo ministrado”.

FIGURA 7: Taxa de clientes satisfeitos e insatisfeitos.

Fonte: Dados da pesquisa.

Considerando um ponto de corte de 33% nota-se como um elemento atrativo o F24 “Nível de Exigência dos professores”, como neutro o F01 “Facilidade de acesso à coordenação” e F07 “Disciplina de práticas gerenciais na área mercadológica”, sendo os demais elementos unidimensionais, não possuindo nenhum elemento obrigatório.

4.4 GRAU DE CONCORDÂNCIA EM RELAÇÃO AO CURSO AVALIADO:

O quadro abaixo trata-se do grau de concordância em relação ao curso, o mesmo foi efetuado a média dos questionários, através do número de respostas em um grau de -4 “não concordam” a 4 “concordam”, após esta etapa foi efetuado a soma de cada uma destas médias as dividindo pelo número de questionários respondidos, ou seja, dividido por 148 e multiplicando por 100, de acordo com o quadro 5.

Feito isso foi efetuado a soma das médias de cada questionamento as dividindo por 100, onde pode-se ter uma média geral, localizado os resultados na última coluna do quadro abaixo.

QUADRO 4: Grau de Concordância em relação ao Curso avaliado

| | -4 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | TOTAL | Media |
|----|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| I1 | 0,00 | 1,35 | 0,68 | 3,38 | 4,73 | 20,27 | 23,65 | 29,05 | 16,89 | 100,00 | 2,14 |
| I2 | 0,00 | 0,68 | 2,70 | 3,38 | 4,73 | 20,27 | 24,32 | 28,38 | 15,54 | 100,00 | 2,05 |
| I3 | 1,35 | 2,70 | 3,38 | 5,41 | 6,08 | 22,30 | 29,05 | 25,00 | 4,73 | 100,00 | 1,49 |
| I4 | 0,68 | 0,68 | 1,35 | 6,76 | 14,86 | 25,68 | 25,00 | 18,24 | 6,76 | 100,00 | 1,43 |
| I5 | 0,68 | 2,03 | 5,41 | 4,73 | 6,76 | 20,95 | 27,70 | 25,00 | 6,76 | 100,00 | 1,54 |

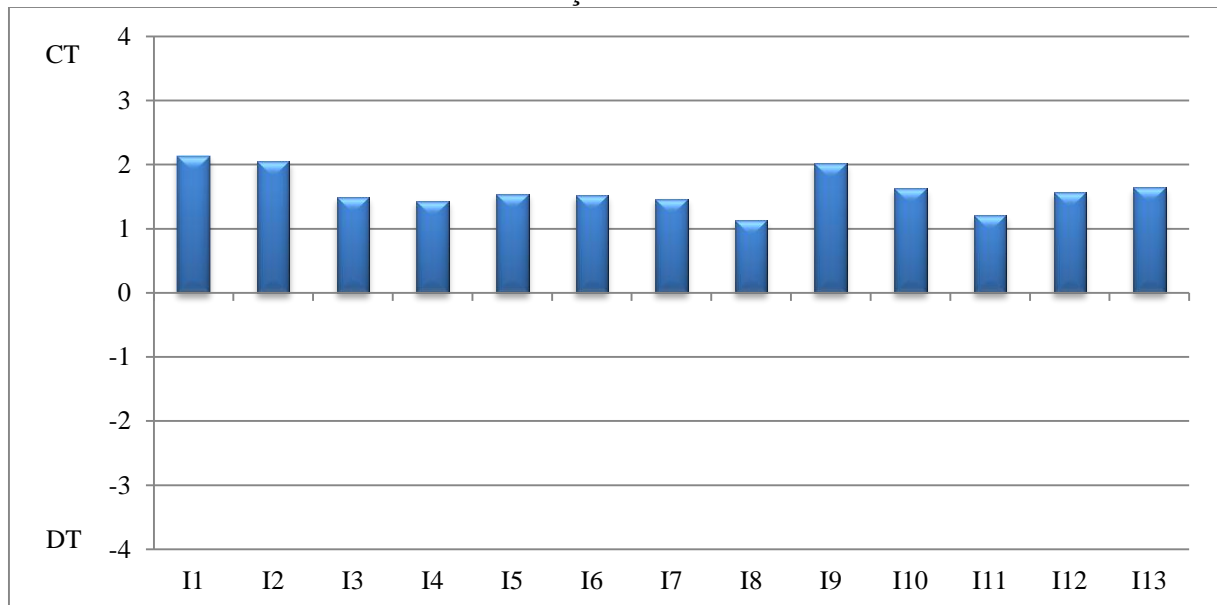
Continua.

| | | -4 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | TOTAL | Media |
|-----|---|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| I6 | Terei um bom futuro em função da qualidade do curso | 2,03 | 2,03 | 4,05 | 3,38 | 12,84 | 18,24 | 24,32 | 22,30 | 10,81 | 100,00 | 1,51 |
| I7 | Terei um bom futuro em função da disciplina do curso | 2,03 | 1,35 | 3,38 | 3,38 | 15,54 | 18,92 | 25,00 | 21,62 | 8,78 | 100,00 | 1,47 |
| I8 | Os colegas em geral devem achar esse curso como de qualidade. | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 8,11 | 19,59 | 19,59 | 25,68 | 15,54 | 5,41 | 100,00 | 1,13 |
| I9 | Penso em continuar os estudos no curso | 0,67 | 0,67 | 2,68 | 3,36 | 4,70 | 20,13 | 24,16 | 28,19 | 15,44 | 100,00 | 2,01 |
| I10 | Recomendo o curso para meus amigos, conhecidos e vizinhos. | 2,03 | 0,68 | 4,05 | 3,38 | 15,54 | 16,22 | 18,92 | 25,68 | 13,51 | 100,00 | 1,64 |
| I11 | Sempre quando em bate-papo com amigos, falo espontaneamente e positivamente sobre este curso. | 4,73 | 1,35 | 6,76 | 6,08 | 14,86 | 12,16 | 19,59 | 25,68 | 8,78 | 100,00 | 1,21 |
| I12 | Não pretendo continuar estudando no curso | 38,51 | 8,11 | 8,78 | 5,41 | 18,92 | 8,11 | 2,70 | 6,76 | 2,70 | 100,00 | -1,57 |
| I13 | Se pudesse, deixaria de continuar estudando no curso. | 39,86 | 10,14 | 7,43 | 3,38 | 20,27 | 7,43 | 2,70 | 4,05 | 4,73 | 100,00 | -1,64 |

Fonte: Dados da pesquisa.

Através da análise deste quadro, podemos apresentar o gráfico da figura 8:

FIGURA 8: Grau de Concordância em relação ao Curso avaliado



Fonte: Dados da pesquisa.

Nota-se que as afirmações com maior concordância são as afirmações “Aprecio esse curso”, I2 “Sinto-me bem em frequentar este curso” e I9 “Penso em continuar os estudos no curso”. E as afirmações I12 “Não pretendo continuar estudando no curso” e I13 “Se pudesse, deixaria de estudar no curso” foram positivadas, por serem perguntas com afirmações negativas.

CONCLUSÃO

Diante do contexto do trabalho pode-se perceber que a educação em nosso país esteve por um longo tempo estagnada, a mesma acabava excluindo as pessoas de classe baixa que não possuíam acesso à educação. Mudando este cenário nos anos oitenta, com a criação de uma lei. Durante o decorrer do embasamento teórico do trabalho, notasse como uma das maiores dificuldades a divulgação, a mudança dependendo da sociedade, para se ter uma gestão de qualidade deveria ter mudanças dentro e fora das universidades, para se estabelecer um nível de satisfação ao receber o serviço educacional.

Então visando ter um embasamento teórico e prático sobre este assunto, o que satisfaz os usuários do serviço educacional, foi necessário utilizar da pesquisa bibliográfica onde foram consultados artigos que abordavam assuntos relacionados ao tema, para se ter um conhecimento teórico e realizado uma pesquisa na universidade no curso de Administração de Empresas da UNESC, a fim de identificar quais critérios causam satisfação ou insatisfação.

Assim foram aplicados no primeiro semestre de 2014 um total de 148 questionários impressos de 5ª a 8ª fase no período matutino e noturno no curso de Administração, utilizando como método o modelo Kano que consiste em envolver uma dimensão entre a relação dos critérios e satisfação, apontando os fatores a serem trabalhados através do gap de melhoria.

Alguns atributos como F04 “Visitas técnicas nas empresas”, F17 “Ensino técnico (como fazer as coisas)” e F19 “Relação entre teoria e prática nas disciplinas”, devem ser revistos com maior atenção de como está sendo efetuado estes procedimentos atualmente, pois os mesmo encontram-se como critérios a serem avaliados.

Mas por um outro lado destaca-se também os atributos como F03 “Semana Acadêmica”, F09 “Disciplina de práticas gerenciais de Produção” e F01 “Facilidade de acesso à coordenação do curso” como os últimos critérios a se analisar o método utilizado, pois encontram-se em um bom posicionamento.

Diante do resultado da pesquisa, apesar de boa parte dos acadêmicos quererem continuar no curso em estudo da universidade, a mesma resultou a satisfação geral do curso por parte dos entrevistados como “Levemente Satisfeito”, deve-se assim rever quais os meios utilizados atualmente, quando grande parcela dos usuários do serviço educacional opta por meios que lhe ofereça prática.

Estar verificando a grade curricular já seria um começo para aumentar o nível de satisfação, neste contexto recomenda-se ao curso avaliar meios de estar suprindo as carências

para assim estar melhorando e progredindo cada vez mais, aconselha-se também a estar efetuando pesquisas preventivas constantemente, de acordo com a aplicação de novos métodos.

Com estes cuidados e possível verificar a qualidade do curso e satisfação dos acadêmicos, acompanhando os avanços e inovações, passando uma boa imagem de prestação de serviço educacional.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Leticia Carneiro. **O processo de interiorização da educação superior catarinense**. 2012. p.10-13. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/anpedsul/9anpedsul/paper/viewFile/2230/24>>. Acesso em: 22/06/2014.
- ARAUJO, Engenheiro Gilberto Cifuentes Dias Araújo; GOSLING, Dr^a Marlusa; SOUZA, M. SC. Bruno Brito Pereira de. **Dimensões da Qualidade de Serviços, Satisfação e Lealdade: um Modelo Teórico**. 2006. p.5-7. Disponível em: <http://ead.opet.net.br/conteudo/ead/Moodle_2.0/pos_graduacao/MBA_gest_empr/ges_mark/Dimensoes_qualidade_servicos_satisfacao_lealdade_modelo_teorico.pdf> Acesso em: 21/04/14.
- ARAUJO, Geraldino Carneiro; SILVA, Roberto Pereira da. **Teorias da satisfação dos clientes**. 2003. 142 p e 145 p. Disponível em: <http://www.feata.edu.br/downloads/revistas/economiaepesquisa/v5_artigo08_teorias.pdf> Acesso em: 11/04/2014
- ARRUDA, Henrique Furtado; GUARANHA, João Batista M.; OSTETTO, Fernanda Schroeder Macha; PICOLO, Jaime Dagostim; TONTINI, Gerson. **Análise de oportunidades de melhoria em laboratórios fotográficos através da integração da matriz de importância x desempenho com o modelo kano de qualidade**. 2004. 5 p e 6 p. Disponível em: <<http://gorila.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/287/274>>. Acesso em: 03/04/2014.
- BARBETTA, Pedro Alberto. **Métodos Estatísticos**. 2002. Disponível em: <<http://www.inf.ufsc.br/~freitas/cursos/Metodos/2005-2/Aulas/A11-12/6%20-%20Amostragem%20pf.pdf>>. Acesso em: 19/06/2014
- BATISTA, Aline da Silva; CAMPOS, Carlos A.; RENÓ, Grece Wallece Santos; TRUZZI, Oswaldo Mário Serra. 2014. Disponível em: <<http://www.lean.org.br/artigos/252/melhoria-no-desempenho-em-centro-de-relacionamento-com-os-clientes.aspx>>. Acesso em 03/04/2014.
- BRANDALISE, Loreni Teresinha. **Modelos de medição de percepção e comportamento – uma revisão**. Disponível em: <<http://www.lgti.ufsc.br/brandalise.pdf>>. Acesso em:19/10/2013.
- BRESSANI, Maria Aparecida Diniz. **Relacionamentos e Auto Responsabilidades**. Disponível em: <<http://somostodosum.ig.com.br/conteudo/conteudo.asp?id=03101>>. Acesso em: 19/10/2013.
- CERVO; BERVIAN, 1996; OLIVEIRA, 1999; RUDIO, 2007, 3 p. Disponível em: <<http://ead.unesc.net/ava/index.php?1384128969>>. Acesso em: 10/11/2013
- CHAVES, RUY. **Desafios para a educação superior**. 2013. Disponível em: <<http://www.gentemercado.com.br/artigo-desafios-para-a-educacao-superior/>> Acesso: 30/03/14.
- CODA, Roberto; SILVA, Dirceu da. S/D. **Sua Escola de Administração é uma Excelente Escola para se Estudar? Descobrimos Dimensões da Satisfação de Alunos em Cursos de**

Administração: uma contribuição metodológica. 2004. p.1-8. Disponível em: <www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/.../2004_EPA1989.pdf>. Acesso em: 09/04/2014

CONTENTE, **Fundação Sérgio. Atendimento ao Cliente.** S/D. 3 p, 9 p. Disponível em: <http://www.idepac.org.br/apostilas/atendimento_ao_cliente.pdf>. Acesso em 20/10/2013

COSTA, Francisco José da; SOARES, Alexandre Araújo Cavalcante. **A Influência do Valor Percebido e da Satisfação do Cliente sobre o Comportamento de Boca a Boca: uma análise em academias de ginásticas.** 2008. 297 p e 298 p. Disponível em: <www.spell.org.br/documentos/download/6540>. Acesso em: 04/05/2014.

DESIDERIO, Mônica; FERREIRA, Ana Paula Florenzano. **Desafios da gestão universitária.** 2004. 3 p e 4 p. Disponível em: <www.aedb.br/seget/.../130_Artigo%20GESTAO%20UNIVERSITARIA.doc>. Acesso em: 30/03/14.

DOMINGUES, Maria José Carvalho de Souza; MAINARDES, Emerson Wagner. **Lealdade de estudantes em instituições de ensino superior: Um Estudo Multicaso em Joinville, SC.** 2010. 7 p e 8 p. Disponível em: <<http://www.unisantos.br/mestrado/gestao/egesta/artigos/220.pdf>>. Acesso em: 06/04/2014.

DUARTE, Vânia Maria do Nascimento. **Pesquisas: Exploratória, Descritiva e Explicativa.** S/D. Disponível em: <<http://monografias.brasilecola.com/regras-abnt/pesquisas-exploratoria-descritiva-explicativa.htm>>. Acesso em: 04/05/2014

FORTES, Adriana Vargas; CAMPOS, Fernando Celso de; SOUZA, Marcio Coutinho de; ABREU, Sâmela Silva Dias de. **A Satisfação do Discente em Instituições de Ensino Superior: um estudo de caso.** 2007. 6 p. Disponível em: <http://www.craes.org.br/arquivo/artigoTecnico/Site%20do%20CRA_Trabalho%20da%20Adriana_Texto_10.pdf>. Acesso em: 19/06/2014.

FORTES, Vitória Côrrea; SILVEIRA, Amelia ; Gerson TONTINI. **Explorando o Impacto Não Linear do Desempenho de Diferentes Dimensões da Qualidade de Serviços em Instituição de Ensino Superior.** 2013. 4 p. Disponível em: <www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEPQ/.../2013_EnEPQ102.pdf>. Acesso em: 09/04/2014

GOLVEIA, Francielli José Primo. DA ROSA, MsC. Wanderlan Barreto. **A Importância do Marketing de Relacionamento para as Organizações: foco no cliente externo.** 2011. 6 p e 7 p. Disponível em: <<http://www.eduvalesl.edu.br/site/edicao/edicao-39.pdf>> Acesso em: 16/10/2013.

GOMES, Giancarlo; TONTINI, Gérson. **Produção científica baseada no modelo kano de qualidade atrativa e obrigatória: uma pesquisa nas bases de dados emerald, gale, science direct e wiley.** 2012. 3 p. Disponível em: <http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2012/artigos/E2012_T00034_PCN15234.pdf>. Acesso em: 03/04/2014

GRONROOS, Cristian. **Marketing Gerenciamento e Serviços: A competição por serviços na Hora da Verdade**. Rio de Janeiro: Campus. 1993. p 1-3, 35 p, 147 p.

HISTÓRICO – UNESC. S/D. Disponível em:

<<http://www.unesc.net/portal/capa/index/91/5085/>>. Acesso em 30/03/2014.

JUNIOR, Mario Divo Motter; PINTO, Vera Regina Ramos. **Uma abordagem histórica sobre o ensino da administração no Brasil**. 2012. 2 p., p.5-7 e p.13-15 Disponível em:
< <http://www.uff.br/pae/index.php/pca/article/viewFile/250/150>>. Acesso em: 06/04/2014.

LAGO, Gerdel Fernandes. **Educação Superior no Brasil**. S/D. 1 p e 2 p. Disponível em:
<www.faecpr.edu.br/.../artigos/artigo_educacao_superior_no_brasil.doc>. Acesso em: 30/03/2014.

LAUX, Maria Aparecida Bernart; L.OTTO, Raul. **Gestão Universitária: O que há para se discutir?**. S/D. Disponível em:
<<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:t5GlrTJbgAAJ:www.inpeau.ufsc.br/coloquio04/completos/Maria%20Aparecida%20Bernart%20Laux%20%20Gest%20E3o%20universit%20E1ria%20o%20que%20h%20E1.doc+%&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em: 30/03/2014.

LOURENÇO, Joaquim Carlos. **Capítulo III - Procedimentos Metodológicos da Pesquisa**. S/D. Disponível em:
<<http://www.eumed.net/librosgratis/2010d/794/Procedimentos%20Metodologicos%20da%20Pesquisa.htm>>. Acesso em: 01/05/2014

MARTINHO, Eduardo Augusto Corrêa; FARIAS, Josivania Silva; ROZZETT, Késia. **A Influência do Valor Percebido e da Satisfação na Lealdade da Consumidora de Cosméticos**. 2012. Disponível em:
< http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EMA/ema_2012/2012_EMA360.pdf>. Acesso em : 21/06/2014.

MICHAELIS, **Dicionário prático Língua Portuguesa**, São Paulo, editora Melhoramentos, 2008. 206 p, 582 p e 743 p.

OLIVEIRA, Rodrigues. **Marketing de Serviços: As 4 principais características dos serviços e como gerenciá-las**. 2012. Disponível em:
<<http://www.portalgsti.com.br/2012/10/marketing-de-servicos-as-4principais.html>> Acesso em 14/10/2013.

PANORAMA da Sociedade Catarinense Atual. **Oportunidades e negócios**. S/D. Disponível em: < <http://www.santacatarinabrasil.com.br/pt/ensino-superior/>>. Acesso em: 21/06/2014.

PAULA, Ana. **Marketing de Serviços**. 2009. Disponível em:
< <http://www.administradores.com.br/artigos/administracao-e-negocios/marketing-de-servicos/28814/>> Acesso em: 20/10/2013

PICOLO, Jaime Dagostim. **Apostila: Pesquisa de Mercado**. 2014. 32f e 33f.

PICOLO, Jaime Dagostim. **Influência do desempenho de atributos de produtos ou serviços na satisfação dos clientes: uma análise comparativa entre diferentes técnicas de pesquisa.** 2005. 53f e 54f. Disponível em:
<http://proxy.furb.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=220>. Acesso em 24/06/2014.

TONTINI, Gérson. **Como identificar atributos atrativos e obrigatórios para o consumidor.** 2003. 4 p. e 5 p. Disponível em:
<<http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/viewFile/325/310..>>. Acesso em: 25/05/2014

PICOLO, Jaime Dagostim; TONTINI, Gérson. **Identification of Incremental Innovations' Impact on Customers Satisfaction using Improvement Gap Analysis.** 2013. 2 p e 3 p. Disponível em:
<http://www.pomsmeetings.org/ConfProceedings/043/FullPapers/FullPaper_files/043-0650.pdf>. Acesso em: 03/04/2014

ROCHA, Leticia M. V., **Atendimento a Clientes.** 2009. 13 p e 14 p. Disponível em:
<<http://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/Tcc-Atendimento-Ao-Cliente/192326.html>>
Acesso em: 20/10/2013.

SISTEMA de CEP – Controle Estatístico de Processo. **Os 14 princípios de Deming.** 2007. Disponível em:
<<http://www.datalyzer.com.br/site/suporte/administrador/info/arquivos/info80/80.html>>. Acesso em: 20/10/2013.

SOBRE a Unesc. S/D. Disponível em: <<http://www.unesc.net/portal/capa/index/91/5139/>>. Acesso em 30/03/2014.

SOUSA, Mirela. **Normas ISO: a busca pela qualidade nos produtos e serviços.** 2012. Disponível em:
<<http://www.administradores.com.br/artigos/administracao-e-negocios/normas-iso-a-busca-pela-qualidade-nos-produtos-e-servicos/61413/>>. Acesso em 01/09/13.

SOUZA, Bruno Brito Pereira de; ARAUJO, Gilberto Cifuentes Dias; GOSLING, Marlusa Gosling. **Dimensões da Qualidade de Serviços, Satisfação e Lealdade: um Modelo Teórico.** 2006. Disponível em:
<http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR470326_7179.pdf>. Acesso em: 19/06/2014.

STALLIVIERI, Luciane. **O Sistema de Ensino superior do Brasil características, tendências e perspectivas.** S/D. 5 p e 6 p. Disponível em:
<http://www.ucs.br/ucs/tplPadrao/tplCooperacaoCapa/cooperacao/assessoria/artigos/imprimir/sistema_ensino_superior.pdf>. Acesso em: 29/03/2014

TIPOS de meios de Comunicação: **individual ou em massa.** S/D. Disponível em:
<<http://www.luis.blog.br/tipos-de-meios-de-comunicacao-individual-ou-em-massa.aspx>>
Acesso em: 10/11/2013.

TORRES, Rogério Duarte. **A qualidade dos serviços prestados por uma instituição de ensino superior federal na visão dos vestibulandos e universitários.** 2011. 29 p e 30 p.

Disponível em:

<http://www.fpl.edu.br/2013/media/pdfs/mestrado/dissertacoes_2011/dissertacao_rogerio_du_arte_torres_2011.pdf>. Acesso em: 30/03/2014.

UNIVERSIDADES em Santa Catarina, S/D. Disponível em:

<<http://www.sed.sc.gov.br/alunos/instituicoes-de-ensino-superior/universidades>>. Acesso em: 30/03/2014.

VERAS, Carlos Magno dos Anjos. **Gestão da Qualidade**. São Paulo. 2009. 3 p e 5 p.

Disponível em:

<http://www.ifma.edu.br/proen/arquivos/artigos.php/gestao_da_qualidade.pdf>. Acesso em: 20/10/2013.

APÊNDICE

PESQUISA DE DESEMPENHO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Nome: _____

1. Curso:
 1. Administração de empresas
 2. Administração comércio exterior
2. Turno do curso
 1. Matutino
 2. Noturno
3. Qual a fase que você está matriculado? _____
4. Cidade onde reside: _____
5. Qual o seu grau de satisfação em relação ao desempenho do curso?

| GRUPO | Item | Atributos | Extremamente Insatisfeito | Muito Insatisfeito | Insatisfeito | Levemente Insatisfeito | Indiferente | Levemente Satisfeito | Satisfeito | Muito Satisfeito | Extremamente Satisfeito |
|-------------------|------|--|---------------------------|--------------------|--------------|------------------------|-------------|----------------------|------------|------------------|-------------------------|
| Atendimento | F01 | Facilidade de acesso à coordenação do curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Atendimento | F02 | Gentileza no atendimento da secretaria do departamento | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Eventos | F03 | Semana acadêmica | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Eventos | F04 | Visitas técnicas nas empresas | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Eventos | F05 | Festa Junina do curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Grade curricular | F06 | Organização do conteúdo das disciplinas da matriz curricular | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Grade curricular | F07 | Disciplina de práticas gerenciais na Área Mercadológica | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Grade curricular | F08 | Disciplina de práticas gerenciais na Área de Recursos Humanos | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Grade curricular | F09 | Disciplina de práticas gerenciais de Produção | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Grade curricular | F10 | Disciplina de práticas gerenciais na Área Financeira | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Grade curricular | F11 | Métodos de elaboração das monografias | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Grade curricular | F12 | Métodos de elaboração de artigos científicos | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Infraestrutura | F13 | Aulas em laboratório de informática | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Métodos de ensino | F14 | Aulas de práticas (ferramentas) administrativas e gerenciais | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Métodos de ensino | F15 | Contribuição das disciplinas do curso para o desempenho profissional | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Métodos de ensino | F16 | Diversidade de métodos de ensino | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Métodos de ensino | F17 | Ensino técnico (como fazer as coisas) | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Métodos de ensino | F18 | Qualidade do conteúdo ministrado | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Métodos de ensino | F19 | Relação entre teoria e prática nas disciplinas | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Professor | F20 | Capacidade do professor na transmissão / construção do conhecimento | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Professor | F21 | Cumprimento do horário das aulas | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Professor | F22 | Aproveitamento do tempo em sala de aula | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Professor | F23 | Experiência prática dos professores sobre o conteúdo ministrado | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Professor | F24 | Nível de exigência dos professores | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Professor | F25 | Professores que garantam disciplina em sala de aula | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |

6. Qual o seu nível de **satisfação com o desempenho geral** do curso de administração?

| -4 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
|----------------------------------|--------------------|--------------|------------------------|--------------------|----------------------|------------|------------------|--------------------------------|
| Extremamente Insatisfeito | Muito Insatisfeito | Insatisfeito | Levemente Insatisfeito | Indiferente | Levemente Satisfeito | Satisfeito | Muito Satisfeito | Extremamente Satisfeito |

7. Responda **como você se sente se o curso de administração**

| CÓD | Perguntas de Presença / Ausência de atributos | Extremamente Insatisfeito | Muito Insatisfeito | Insatisfeito | Levemente Insatisfeito | Indiferente | Levemente Satisfeito | Satisfeito | Muito Satisfeito | Extremamente Satisfeito |
|-----|---|---------------------------|--------------------|--------------|------------------------|-------------|----------------------|------------|------------------|-------------------------|
| P1 | Tiver facilidade de acesso à coordenação do curso. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P2 | Não tiver facilidade de acesso à coordenação do curso. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P3 | Tiver gentileza no atendimento da secretária do departamento. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P4 | Não tiver gentileza no atendimento da secretária do departamento. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P5 | Tiver semana acadêmica. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P6 | Não tiver semana acadêmica. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P7 | Tiver visitas técnicas nas empresas. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P8 | Não tiver visitas técnicas nas empresas. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P9 | Tiver festa junina do curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P10 | Não tiver festa junina do curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P11 | Tiver organização do conteúdo das disciplinas da matriz curricular. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P12 | Não tiver organização do conteúdo das disciplinas da matriz curricular. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P13 | Tiver a disciplina de práticas gerenciais na Área Mercadológica na grade curricular | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P14 | Não tiver a disciplina de práticas gerenciais na Área Mercadológica na grade curricular | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P15 | Tiver a disciplina de práticas gerenciais na Área de Recursos Humanos na grade curricular | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P16 | Não tiver a disciplina de práticas gerenciais na Área de Recursos Humanos na grade curricular | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P17 | Tiver a disciplina de práticas gerenciais de Produção na grade curricular | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P18 | Não tiver a disciplina de práticas gerenciais de Produção na grade curricular | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P19 | Tiver a disciplina de práticas gerenciais na Área Financeira na grade curricular | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P20 | Não tiver a disciplina de práticas gerenciais na Área Financeira na grade curricular | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P21 | Se tiver métodos de elaboração das monografias. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P22 | Se não tiver métodos de elaboração das monografias. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P23 | Se tiver métodos de elaboração de artigos científicos | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P24 | Se não tiver métodos de elaboração de artigos científicos | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P25 | Se tiver aulas em laboratório de informática. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P26 | Se não tiver aulas em laboratório de informática. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P27 | Tiver aulas de práticas (ferramentas) administrativo-gerenciais. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P28 | Não tiver aulas de práticas (ferramentas) administrativo-gerenciais. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P29 | Se tiver contribuição das disciplinas do curso para o desempenho profissional. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P30 | Se não tiver contribuição das disciplinas do curso para o desempenho profissional. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P31 | Se tiver diversidade de métodos de ensino. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P32 | Se não tiver diversidade de métodos de ensino. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P33 | Se tiver ensino técnico (como fazer as coisas). | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P34 | Se não tiver ensino técnico (como fazer as coisas). | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P35 | Se tiver qualidade do conteúdo ministrado. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P36 | Se não tiver qualidade do conteúdo ministrado. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P37 | Se tiver relação entre a teoria e a prática nas disciplinas. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P38 | Se não tiver relação entre a teoria e a prática nas disciplinas. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |

| CÓD | Perguntas de Presença / Ausência de atributos | Extremamente | Muito | Insatisfeito | Levemente | Indiferente | Levemente | Satisfeito | Muito | Extremamente |
|-----|--|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|------------|------------|------------|--------------|
| | | Insatisfeito | Insatisfeito | Insatisfeito | Insatisfeito | | Satisfeito | Satisfeito | Satisfeito | Satisfeito |
| P40 | O professor tiver capacidade na transmissão/ construção do conhecimento. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P41 | O professor não tiver capacidade na transmissão/ construção do conhecimento. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P42 | Tiver cumprimento do horário das aulas. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P43 | Não tiver cumprimento do horário das aulas. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P44 | Tiver aproveitamento do tempo em sala de aula. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P45 | Não tiver aproveitamento do tempo em sala de aula. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P46 | Se tiver qualidade do conteúdo ministrado. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P47 | Se não tiver qualidade do conteúdo ministrado. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P48 | Tiver de exigência por parte dos professores (conteúdo/frequência). | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P49 | Não tiver exigência por parte dos professores (conteúdo/frequência). | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P50 | Tiver professores que garantam disciplina em sala de aula. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| P51 | Não tiver professores que garantam disciplina em sala de aula. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |

8. Você está **CURSANDO / CURSOU** as disciplinas de:

| | | | |
|----|---|-----|-----|
| D1 | Práticas gerenciais na Área de Recursos Humanos | SIM | NÃO |
| D2 | Práticas gerenciais na Área Comercial | SIM | NÃO |
| D3 | Práticas gerenciais de produção | SIM | NÃO |
| D4 | Práticas gerenciais na Área Financeira | SIM | NÃO |
| D5 | TC II - Elaboração da monografia | SIM | NÃO |
| D6 | TC II - Elaboração do artigo científico | SIM | NÃO |

| 9. Grau de Concordância em RELAÇÃO AO CURSO QUE VOCÊ AVALIOU | | Concordo Totalmente | | | | | Discordo Totalmente | | | | |
|---|---|---------------------|----|----|----|---|---------------------|---|---|---|--|
| | | ←=====→ | | | | | | | | | |
| I1 | Aprecio esse curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I2 | Sinto-me bem ao frequentar o curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I3 | Estou satisfeito com o curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I4 | Os alunos devem estar satisfeitos com o curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I5 | O curso é de qualidade. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I6 | Terei um bom futuro em função da qualidade do curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I7 | Terei um bom futuro em função da disciplina do curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I8 | Os colegas em geral devem achar esse curso como de qualidade. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I9 | Penso em continuar os estudos no curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I10 | Recomendo o curso para meus amigos, conhecidos e vizinhos. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I11 | Sempre quando em bate-papo com amigos, falo espontaneamente e positivamente sobre este curso. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I12 | Não pretendo continuar estudando no curso | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| I13 | Se pudesse, deixaria de continuar estudando no curso. | -1 | -2 | -3 | -4 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |

10. Gênero

1. Masculino

2. Feminino

11. Faixa etária:

1. De 10 à 19 anos;

2. De 20 a 25 anos;

3. De 26 a 30 anos;

4. De 31 a 35 anos;

5. De 36 a 40 anos;

6. 40 anos ou mais

12. Em qual destas faixas está à renda total da sua família no mês passado, somando as rendas de todas as pessoas que moram com você, incluindo a sua?

1. Até R\$724,00;
2. De R\$724,00 à R\$1.448,00
3. De R\$1.449,00 à R\$2.896,00
4. De R\$2.897,00 à R\$7.240,00
5. De R\$7.241,00 à R\$14.480,00
6. Acima de R\$14.480,00
7. Não sei