

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS - UFGD**  
**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

AUGUSTO VINCKI RIBEIRO

**ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DO CURSO DE**  
**ADMINISTRAÇÃO DA UFGD**

DOURADOS/MS

2018

AUGUSTO VINCKI RIBEIRO

**ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DO CURSO DE  
ADMINISTRAÇÃO DA UFGD**

Trabalho de Graduação apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Professor José Jair Soares Viana

Banca Examinadora:

Professor Fábio Mascarenhas Dutra

Professora Tania Cristina Costa Calarge

Dourados/MS

2018

ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA  
UFGD  
AUGUSTO VINCKI RIBEIRO

Esta monografia foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

José Jair Soares Viana  
Presidente

Fábio Mascarenhas Dutra  
Avaliador

Tania Cristina Costa Calarge  
Avaliadora

## **RESUMO**

O objetivo deste trabalho foi analisar o nível de satisfação dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal da Grande Dourados para apresentar fatores que possam ser aprimorados. Para isso, oitenta e oito alunos responderam a um questionário contendo quarenta e duas questões divididas em seis categorias, sendo essas: 1 – envolvimento do professor, 2 – interesse do aluno, 3 – interação professor-aluno, 4 – exigência do curso, 5 – organização do curso e 6 – satisfação geral do aluno. Além disso, no mesmo questionário, os alunos foram convidados a dar uma nota de satisfação geral para o curso. Os dados foram tabulados e convertidos em gráficos de matriz importância x desempenho, separados por categoria. Todas as notas, tanto de importância quanto de desempenho, alocaram-se no quadrante mais alto, indicando que as categorias avaliadas podem ser consideradas pontos fortes do curso. Corroborando com isso, a média geral de satisfação foi de 7,5, apontando o contentamento dos estudantes com o curso em geral e reafirmando o alto nível do curso de Administração da UFGD.

**Palavras-chave:** importância, desempenho, universidade

## **ABSTRACT**

The objective of this work was to analyze the level of satisfaction of the students of the Administration course of the Federal University of Grande Dourados to present factors that can be improved. To that end, eighty-eight students answered a questionnaire containing forty-two questions divided into six categories: 1 - teacher involvement, 2 - student interest, 3 - teacher-student interaction, 4 - course requirement, 5 - organization of the course and 6 - general student satisfaction. In addition, in the same questionnaire, students were asked to give a general satisfaction note for the course. The data were tabulated and converted into importance x performance matrix charts, separated by category. All scores, both of importance and performance, were allocated in the high importance x performance quadrant, indicating that the categories evaluated can be considered as the strengths of the course. Corroborating this, the overall satisfaction rate was 7.5, indicating the students' contentment with the course in general and reaffirming the high level of the Administration course of UFGD.

**Keywords:** importance, performance, university

## LISTAS DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Médias de importância e desempenho para a Categoria 1: Envolvimento do professor.....	<b>18</b>
<b>Tabela 2</b> - Médias de importância e desempenho para a Categoria 2: Interesse do aluno.....	<b>19</b>
<b>Tabela 3</b> - Médias de importância e desempenho para a Categoria 3: Interação professor-aluno.....	<b>20</b>
<b>Tabela 4</b> - Médias de importância e desempenho para a Categoria 4: Exigência do curso.....	<b>22</b>
<b>Tabela 5</b> - Médias de importância e desempenho para a Categoria 5: Organização do curso.....	<b>23</b>
<b>Tabela 6</b> - Médias de importância e desempenho para a Categoria 6: Satisfação geral do aluno.....	<b>24</b>
<b>Tabela 7</b> - Médias de desempenho (DES) e importância (IMP) por categoria e média geral de satisfação de acordo com o semestre do entrevistado.....	<b>26</b>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA.....	8
1.2 OBJETIVOS .....	9
<b>1.2.1 Objetivo Geral .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>9</b>
1.3 JUSTIFICATIVA .....	9
<b>2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>10</b>
2.1 CONCEITOS DE SATISFAÇÃO.....	10
2.2 SATISFAÇÃO ESTUDANTIL.....	10
<b>2.2.1 Satisfação dos alunos e as percepções da qualidade do serviço.....</b>	<b>11</b>
2.3 MARKETING NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR.....	12
2.4 ESTUDOS PRÉVIOS SOBRE SATISFAÇÃO NA UNIVERSIDADE .....	14
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>16</b>
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	16
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA/POP.-ALVO/AMOSTRA/UNID. ANÁLISE .....	16
3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS .....	16
3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS .....	16
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>18</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>28</b>
<b>6 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>30</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA

Graças ao aumento da oferta de vagas no Ensino Superior e às políticas públicas de incentivo, a população estudantil universitária cresceu exponencialmente nos últimos anos (BRASIL, 2016). Acompanhando este fenômeno vem o aumento da heterogeneidade da comunidade acadêmica, que enquanto outrora era composta por estudantes que, em sua maioria, faziam parte de um padrão hegemônico, neste novo cenário se apresenta mais diversificada no que diz respeito à classe social, gênero, origem escolar ou acadêmica, objetivos e expectativas (SCHLEICH, 2006).

Para romper as perspectivas dessa nova geração universitária, as Instituições de Ensino Superior (IES) precisam estar munidas de inovações, tanto no quesito tecnológico quanto didático. Torna-se fundamental conhecer este público alvo, a fim de que o processo de formação oferecido promova desenvolvimento pessoal, profissional, social e cultural dos indivíduos envolvidos e da comunidade (SCHLEICH, 2006).

O sucesso do acadêmico deve romper o conceito de notas em avaliações e atingir o estudante em amplitude educacional, com incremento no seu desempenho cognitivo (raciocínio, conhecimentos, habilidades), afetivo (crenças, valores, atitudes, autoconceito, motivações, satisfação) e social (relações interpessoais) (ALMEIDA et al., 1999 *apud* SCHLEICH, 2006). Para isso, é necessário conhecer características detalhadas do corpo discente da IES. Isso pode auxiliar no desenvolvimento de estratégias de gestão, adequação das normas e todos os outros quesitos que possam contribuir com uma melhor qualidade de formação.

O curso de Administração da FACE – UFGD foi criado em 1999, entrando em funcionamento em 2000. Ao longo de seus 17 anos de existência, enfrentou tanto mudanças institucionais, quanto do cenário político nacional. Institucionalmente, houve fatos marcantes, como a transição de *campus* da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS) para Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) e a adesão da UFGD ao Programa de Reestruturação das Universidades Brasileiras (REUNI) (UFGD, 2014). Politicamente, a Instituição passou por governos com propostas educacionais e de políticas sociais diferentes, que influenciaram diretamente em sua composição. É natural que durante



tal trajetória as características, expectativas e anseios do corpo estudantil do curso de Administração da UFGD tenham acompanhado as transformações sociais de seu meio.

Diante do exposto, surge a problemática: quais são as impressões dos discentes do curso de Administração da UFGD quanto ao corpo docente, aos próprios interesses, à interação entre professor-aluno, à organização e exigência do curso?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

O presente trabalho tem como objetivo geral analisar o nível de satisfação dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal da Grande Dourados para apresentar fatores que possam ser aprimorados.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar a satisfação dos alunos quanto aos professores e a interação existente; os próprios interesses; à exigência e organização do curso.
- b) Estimar o nível de satisfação geral dos alunos.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

A escolha do tema análise da satisfação dos alunos do curso de Administração se justifica partindo do pressuposto que a compreensão da percepção dos estudantes acerca do curso é fundamental para gerar bons resultados, possibilitando a identificação de gargalos e conseqüentemente oportunidades de melhoria. Logo, a principal ideia é que a pesquisa promova um avanço no diálogo entre corpo discente, docente e administrativo, cooperando para o aprimoramento contínuo do curso como um todo.

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1 CONCEITOS DE SATISFAÇÃO

Segundo Kotler (1998) a satisfação seria o resultado da comparação feita entre as expectativas criadas sobre um determinado produto com relação o desempenho real que este proporciona, caso essas expectativas sejam atendidas, ou não, existe um grau no sentimento de satisfação, ou insatisfação, do cliente.

A satisfação trata-se de uma dimensão subentendida, um estado psicológico, portanto, não pode ser analisada diretamente, e pode somente ser compreendida a partir de fatores secundários que estejam associadas a ela. Com isso, tem-se buscado maneiras que possam mensurar esses níveis de satisfação, que geralmente são realizadas por investigação de periódicos, utilizando questionários de pesquisa que envolva questões qualitativas e quantitativas (EVRARD, 1995).

Já Bergamine e Coda (1997) afirmam que o indivíduo só sente satisfeito quando ele supre uma necessidade. Eles ainda ressaltam a diferença existente entre a necessidade, dada como um fator que surge da demanda interna do ser humano; e a satisfação em si, obtida através de condições externas que atendam essa necessidade.

O grau de satisfação é gerado a partir de uma avaliação feita pelos consumidores dos produtos ou serviços recém-adquiridos, comparados com os que foram utilizados anteriormente. Após realizar essa comparação, o sentimento do consumidor pode ser positivo, negativo ou neutro, causando satisfação ou insatisfação (SPRENG; MACKENZIE; OLSHAVSKY, 1996).

### 2.2 SATISFAÇÃO ESTUDANTIL

No ambiente educacional, a satisfação dos estudantes é considerada como uma reação afetiva, por um determinado período, e é consequência da avaliação feita dos serviços didáticos e do suporte aos estudos disponibilizados ao aluno pela universidade (PALACIO; MENESES; PÉREZ, 2002).

Através da realização de uma pesquisa dos níveis de satisfação dos estudantes, é possível compreender se o que está sendo proporcionado pela Instituição de Ensino Superior (IES) alcança as necessidades do seu público alvo. Essa satisfação pode ser caracterizada por

variados elementos, dentre eles destacam-se as expectativas dos estudantes antes de ingressar na universidade, os motivos que os induziram a escolha da mesma, assim como o curso, e os diferentes aspectos da percepção de satisfação (NAVARRO; IGLESIAS; TORRES, 2005).

Instituições preocupadas com ambiente e nível de aprendizagem dos estudantes tendem a prezar pelos índices de satisfação de seus alunos. Além da necessidade de suprir às expectativas de seus grupos constituintes, as universidades ainda precisam atender a normas legislativas e alcançar bons índices nas avaliações institucionais que promoverão seu nome. Enquanto as indústrias e prestadores de serviços têm no conceito de satisfação uma meta a ser cumprida, as instituições de ensino superior veem a satisfação como um meio para um fim. No ensino superior, a satisfação vivida pelos estudantes influencia exponencialmente sua motivação, permanência no curso, esforço em recrutar novos alunos e angariação de fundos (SCHREINER, 2009).

### **2.2.1 Satisfação dos alunos e as percepções da qualidade do serviço**

Após efetuar uma pesquisa com mais de 27.000 alunos em 65 universidades diferentes, Schreiner (2009) se dedicou a compreender se o fator satisfação depende da sua sustentação no próximo ano. Nesse estudo, ela procurou separar os aspectos mais relevantes da graduação, levando em conta os primeiros anos até o último. No ano inicial, por exemplo, a permanência dos alunos na graduação está diretamente ligada ao clima do campus, como também a sua satisfação geral. A partir do segundo ano, a autora engloba outros fatores, como a satisfação de ser um aluno de nível superior, a sensação de fazer parte de um grupo, a oportunidade de enxergar sucesso na carreira escolhida e o proveito que se pode tirar dos estudos aprendidos em sala de aula. Nos anos seguintes, ela afirma que a satisfação do aluno, assim como sua retenção, está relacionada à maneira que o aluno reconhece a imagem da universidade. Também estão envolvidos fatores como o acesso aos docentes dentro e fora da sala de aula, a compreensão que está desenvolvendo seu conhecimento intelectual e a expectativa de uma boa colocação no mercado de trabalho.

Já nos estudos realizados por Vieira, Milach e Huppés (2008) foram adotadas equações estruturais para a compreensão do nível de satisfação dos alunos nos quais foram empregados cinco construtos, embasados no modelo que Paswan e Young (2002) destacam:

- a) Envolvimento do professor: formado por fatores como o entendimento do aluno em relação ao entusiasmo e interesse do professor, a sua capacidade de explicar o conteúdo, com a utilização de exemplos, de forma que relacione a teoria com a prática profissional;

- b) Interesse do aluno: refere-se a variáveis como o nível de atenção e interesse que o aluno tem às aulas e a maneira como ele deduz o seu crescimento intelectual, tornando-se mais competente ou não na sua área de estudo;
- c) Interação professor-aluno: trata-se do espaço que o professor cede para o aluno discutir, questionar e sanar suas dúvidas ao decorrer das aulas, além da facilidade de contatar os professores e sua forma de avaliação;
- d) Exigência do curso: entendido como a maneira que o professor aborda o conteúdo ao aluno, o nível das leituras indicadas, bem como os materiais utilizados em sala de aula;
- e) Organização do curso: analisa, entre outros fatores, se a sequência da estrutura curricular é apresentada de um modo adequado e se os funcionários asseguram um bom prosseguimento operacional do curso.

Ainda assim, a lealdade após a conclusão da graduação é a medida final da satisfação dos alunos. Este indicador é baseado na afirmativa dos estudantes em escolher a instituição novamente caso pudessem experimentar uma nova carreira universitária. Já a permanência do estudante na universidade, conhecida como retenção real, sofre influência de fatores que estão distantes do controle da instituição, como as condições financeiras do aluno, de sua família, suas limitações pessoais, demanda de trabalho, entre outros, que podem interferir negativamente na permanência até mesmo de alunos satisfeitos. Todavia, ainda que desista de seu curso, o aluno satisfeito levará impressões e experiências positivas da instituição e fortalecerá sua fama positiva, podendo contribuir para o recrutamento de novos estudantes e para a permanência de outros (SCHREINER, 2009).

### 2.3 MARKETING NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

Nos últimos anos o ensino superior cresceu fortemente no Brasil, aumentando consideravelmente a oferta de cursos e o número de vagas disponíveis nas Instituições de Ensino Superior (IES). A oferta de cursos de graduação foi de 16.505 em 2003 para 32.049 em 2013, totalizando um aumento de 94% em dez anos (BRASIL, 2016). Este fato trouxe consigo uma nova preocupação às IES: vencer a concorrência em um mercado altamente competitivo e, para isso, cabe a essas instituições buscar alcançar patamares de excelência.

Na busca pelos mais altos padrões, as IES têm partido do princípio de que não é mais suficiente apenas preocupar-se com a formação pedagógica do aluno e com os métodos de

ensino-aprendizagem, buscando também capacitar seus dirigentes, corpo docente e corpo técnico-administrativo, perseguindo um primor corporativo que a permita não apenas sobreviver, mas ser competitiva em um mercado com cada vez mais concorrentes. Agregado a isso, as IES têm buscado conhecer os anseios e expectativas de seu público alvo, visando oferecer características diferenciais que a farão destacar-se aos olhos de seus clientes, os estudantes (ONUSIC, 2009).

As necessidades dos estudantes, que são o público-alvo das IES, devem ser o ponto de partida de qualquer ação de marketing promovida pelas mesmas. Segundo Manes (1997, p.99 *apud* LINZMAYER e MINCIOTTI, 2017):

Marketing Educacional é o processo de investigação das necessidades sociais, para desenvolver serviços educacionais com a intenção de satisfazê-las, de acordo com seu valor percebido, distribuídos em tempo e lugar, e eticamente promovidos para gerar bem-estar entre indivíduos e organizações.

O marketing vai além de ser um meio de traçar estratégias de vendas, sendo também uma ferramenta de desenvolvimento de programas que proporcionarão trocas de valores com os mercados-alvos, ajudando a aumentar a satisfação dos consumidores. Nas IES, o marketing deve ser utilizado para enxergar suas diversas vertentes com a perspectiva dos clientes (possíveis alunos), além de buscar sempre conhecer e se atualizar quanto às expectativas do mercado, adequando seus padrões tanto no âmbito do ensino quando no modelo de gestão (ONUSIC, 2009).

Linzmaye e Minciotti (2017) afirmam que é amplamente aceito na comunidade acadêmica que as IES precisam se auto encarar como uma instituição empresarial, ainda que seu objetivo maior seja social. A partir desta ótica, torna-se imprescindível a adoção de práticas de marketing. Diante dessa mudança em sua visão, a IES deve passar a acompanhar as tendências de mercado, reconhecendo-se enquanto uma organização que precisa atingir um determinado público para ser capaz de manter-se competitiva em um mercado saturado de concorrentes e com alto nível de exigência.

Diante de todo o exposto, na atual conjuntura o marketing vem como uma estratégia fundamental para as IES públicas ou privadas que intentam se manter e, mais do que isso, se destacar no segmento garantindo uma boa imagem e aceitação de seus clientes, os alunos.

## 2.4 ESTUDOS PRÉVIOS SOBRE SATISFAÇÃO NA UNIVERSIDADE

No estudo realizado por Moraes et al. (2013) sobre a percepção dos egressos sobre o curso de Administração de uma Instituição Pública de Ensino Superior (IPES), no caso a UFGD, localizada em Dourados, os autores procuraram levantar indicadores que mostrassem as perspectivas e a satisfação com o curso de administração, alinhado a exposição da avaliação da importância do curso para a inserção no mercado de trabalho dos seus egressos, do período de 2006 a 2009. Foi utilizado como instrumento de coleta um questionário que abrangia 26 perguntas, dicotômicas, abertas e semiabertas relacionadas às expectativas e a satisfação dos egressos ao longo do curso e após seu término. Os autores concluíram que os egressos estavam satisfeitos com o curso, principalmente pelo fato que, em sua maioria, conseguiram alcançar uma melhor colocação no mercado de trabalho ao finalizarem o bacharelado.

Já no estudo feito por Flores et al. (2008), também realizado na Universidade Federal da Grande Dourados, os autores buscaram analisar alguns fatores na qualidade dos serviços públicos oferecidos segundo a compreensão dos acadêmicos, já que no ano de 2006 a universidade foi emancipada da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – UFMS. Essa mudança teve como principal intuito propiciar um melhor suporte frente a administração do patrimônio e a expansão no atendimento dos estudantes da cidade de Dourados e região sul do Mato Grosso do Sul. Após os autores realizarem uma revisão teórica acerca da qualidade do atendimento em produtos e serviços, aplicaram aos acadêmicos um questionário a fim de obter informações sobre suas opiniões referentes às alterações que foram feitas e ainda ocorriam na UFGD. Com os resultados da pesquisa, os autores concluíram que uma parte dos estudantes não percebeu grandes mudanças, porém, de modo geral, os estudantes constataram que estavam satisfeitos com as mudanças e notaram as melhorias que a divisão das universidades proporcionou.

No artigo realizado na Universidade Regional de Blumenau/SC, Walter et al. (2006) buscaram analisar a satisfação do aluno para melhoria do curso de Administração. Para isso, utilizaram métodos de identificação de oportunidades de melhoria em instituições de ensino superior (IES). Foram analisados 20 fatores do curso, dentre os quais estavam relacionadas as categorias: atendimento, capacitação dos professores, métodos de ensino, atitude, conteúdo e infraestrutura, em uma amostra de 362 alunos. Os métodos aplicados para identificação de oportunidades de melhoria foram o modelo Kano e a matriz de importância x desempenho. Através do uso simultâneo desses métodos foi possível mensurar de maneira mais clara os

atributos mais importantes para melhoria. Alguns dos atributos apontados como relevantes pela matriz importância x desempenho tiveram sua prioridade limitada por serem avaliados como atrativos pelo modelo Kano. Os resultados obtidos revelaram a capacidade na aplicação conjunta dos dois métodos na identificação de oportunidades de melhoria na IES.

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA**

O trabalho foi realizado na forma de pesquisa de campo descritiva quantitativa. A pesquisa pode ser classificada como descritiva, pois relatará a realidade, sem qualquer pretensão de interferência ou modificação, expondo características de uma população com a utilização de uma amostra representativa (VIEIRA, 2002). O caráter quantitativo vem da utilização da quantificação ao coletar e tratar informações, observando resultados numéricos que não poderão ser distorcidos na análise ou na interpretação, o que gera segurança no uso dos dados (DALFOVO et al., 2008).

A coleta de dados foi feita com aplicação de questionário com perguntas fechadas, baseadas nos estudos de Paswan e Young (2002) e Lizote et al. (2012).

#### **3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA/POPULAÇÃO-ALVO/AMOSTRA/UNIDADE DE ANÁLISE**

A pesquisa foi feita com alunos do curso de Administração da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD). No dia 13 de novembro de 2017, os alunos presentes em sala de aula foram convidados a responder o questionário impresso, totalizando 88 entrevistas. Objetivou-se coletar respostas de alunos de todos os períodos e em maior quantidade possível na ocasião, pois quanto maior o tamanho da amostra, menor o erro amostral (MIOT, 2011).

#### **3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS**

As perguntas foram classificadas em categorias de atributos utilizados para pesquisar a satisfação dos alunos (Anexo 1). Os entrevistados colocaram suas percepções dos atributos listados em uma escala de Likert de nove pontos, graduada entre (1) discordo totalmente e (9) concordo totalmente e classificaram o nível de importância de cada atributo em uma escala similar, ancorada entre baixa importância (1) e alta importância (9).

#### **3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS**



A partir dos dados coletados com os questionários, foram gerados gráficos utilizando o método da matriz importância x desempenho. A análise dessa matriz, utilizada primeiramente por Martilla e James (1977), trata-se de uma técnica de identificação de oportunidades de melhoria. Ela possibilita à organização ter uma percepção sobre quais características de seu produto ou serviço poderiam ser aprimoradas para promover a satisfação dos clientes. Os dados originados pelas pesquisas sobre satisfação são aplicados, normalmente, para elaborar uma matriz de duas dimensões, no qual a importância é mostrada pelo eixo y e o desempenho pelo eixo x. Os clientes qualificam a importância para eles e o desempenho da organização no cumprimento, ou não, de suas expectativas para cada atributo.

Para a geração dos gráficos, foi considerada como margem de baixo desempenho as respostas abaixo de 4,5 e de alto desempenho as respostas acima de 4,5. O mesmo critério foi aplicado para a análise de importância.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram entrevistados 88 alunos do curso de Administração da UFGD e as perguntas que compuseram o questionário da pesquisa foram classificadas em 6 categorias, dando origem a 6 gráficos de importância x desempenho. As tabelas posicionadas acima de cada gráfico enumeram cada questão representada, bem como a média das respostas obtidas. Para compreender a análise por essa matriz é importante observar a posição das linhas divisórias dos quadrantes. Nessa pesquisa, para a confecção dos quadrantes foi considerado o valor médio da escala de notas utilizada no questionário (4,5 tanto para importância, quanto para desempenho).

Observando os quadrantes é possível qualificar cada atributo dentro da relação importância x desempenho. Conforme exposto por Garver (2003), os atributos que representam alta importância e baixo desempenho são considerados fraquezas principais (quadrante superior esquerdo), os atributos que são de baixa importância e baixo desempenho são considerados fraquezas menores (quadrante inferior esquerdo), os atributos que representam alta importância e alto desempenho são pontos fortes (quadrante superior direito) e, por fim, os atributos com baixa importância e alto desempenho são considerados pontos fortes menores (quadrante inferior direito).

A Categoria 1 foi composta por 7 perguntas que avaliavam o envolvimento do professor (Tabela 1). Em todas as perguntas da categoria, as médias obtidas das entrevistas alocaram-se no quadrante de maior importância e maior desempenho (Figura 1). As maiores médias de importância x desempenho puderam ser observadas na questão 6, que abordou a qualificação profissional dos professores do curso, demonstrando a plena satisfação dos estudantes com formação dos docentes. As menores médias da categoria foram observadas na questão 4, que abordou a busca do professor em saber se o estudante aprendeu o conteúdo, no entanto, vale lembrar que, ainda que seja a menor da categoria, a nota alocou-se no quadrante de maior importância e maior desempenho.

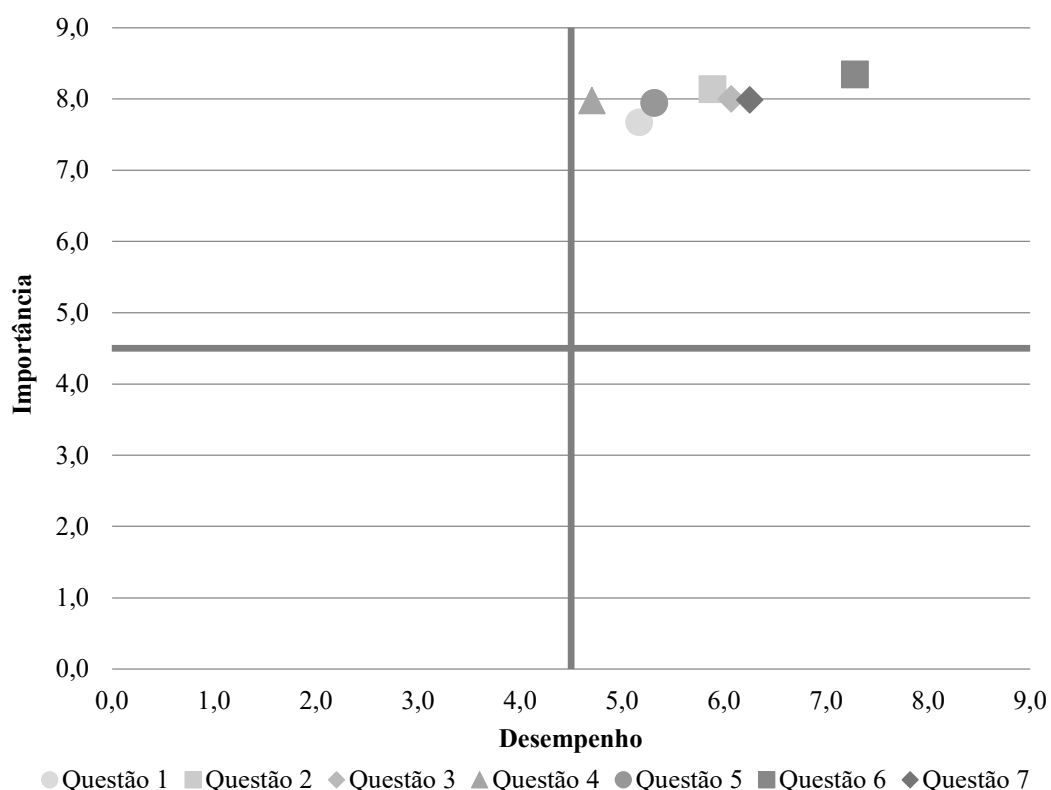
A Categoria 2 apresentou resultados semelhantes, com todas as 6 questões que a compõem apresentando médias no quadrante de maior importância e maior desempenho (Figura 2). Essa categoria buscou avaliar o interesse do aluno, com questões que abordavam o comportamento do entrevistado nas aulas e sua auto avaliação enquanto estudante (Tabela 2). Apesar de todas as médias estarem no quadrante de alta importância e alto desempenho, é interessante observar que a menor média foi obtida na questão 12, que abordou a participação do aluno em sala de aula, indicando uma dificuldade dos estudantes em participar de

discussões mesmo quando se consideram interessados e desafiados. Essa dificuldade na participação pode estar relacionada com o desconforto dos alunos em expressarem suas opiniões dentro de sala na frente dos demais alunos ou também pela receptividade que o professor demonstra a diferentes pontos de vista.

**Tabela 1.** Médias de importância e desempenho para a Categoria 1: Envolvimento do professor.

Nº da questão	Descrição da questão	Importância (em média)*	Desempenho (em média)*
1	Os professores apresentam o conteúdo de forma entusiasmada	7,7	5,2
2	Ao ensinar, os professores parecem interessados.	8,1	5,9
3	Os exemplos utilizados pelos professores ajudam na compreensão do conteúdo.	8,0	6,1
4	Os professores procuram saber se o estudante aprendeu o conteúdo.	8,0	4,7
5	Os professores procuram relacionar a teoria com a prática profissional.	7,9	5,3
6	Os professores são qualificados profissionalmente	8,3	7,3
7	De uma maneira geral, avalio de forma positiva o desempenho dos professores.	8,0	6,3

\*Avaliações obtidas segundo uma escala com valor máximo de 9, onde: 1 a 3 pouco importante/satisfeito, 4 a 6 importante/satisfeito e 7 a 9 muito importante/satisfeito

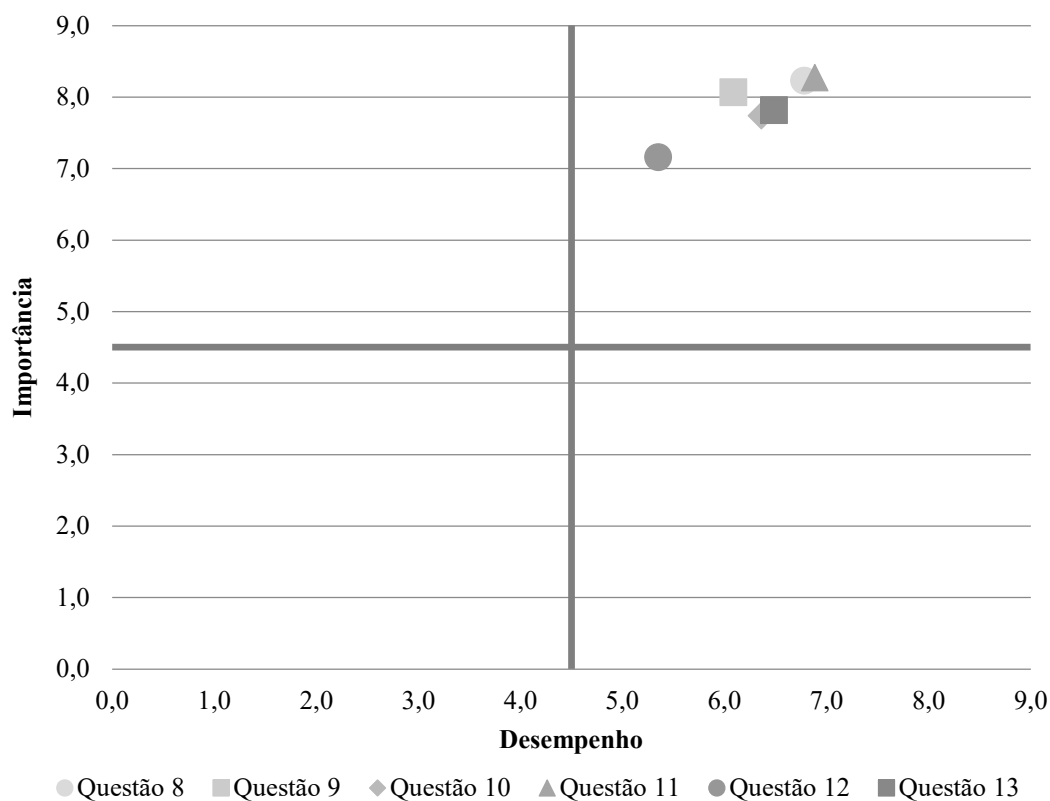


**Figura 1.** Matriz de importância x desempenho para a Categoria 1: Envolvimento do professor. UFGD, Dourados, 2018.

**Tabela 2.** Médias de importância e desempenho para a Categoria 2: Interesse do aluno.

Nº da questão	Descrição da questão	Importância (em média)*	Desempenho (em média)*
8	Você se sente interessado em aprender o conteúdo do curso	8,2	6,8
9	Geralmente, você fica atento em sala de aula.	8,1	6,1
10	Você sente que o curso lhe desafia intelectualmente.	7,7	6,4
11	Você acredita estar se tornando mais competente na sua área de estudo.	8,3	6,9
12	Geralmente você participa de discussões em sala de aula.	7,2	5,4
13	Avalio de forma positiva o meu desempenho ao longo do curso	7,8	6,5

\*Avaliações obtidas segundo uma escala com valor máximo de 9, onde: 1 a 3 pouco importante/satisfeito, 4 a 6 importante/satisfeito e 7 a 9 muito importante/satisfeito



**Figura 2.** Matriz de importância x desempenho para a Categoria 2: Interesse do Aluno. UFGD, Dourados, 2018.

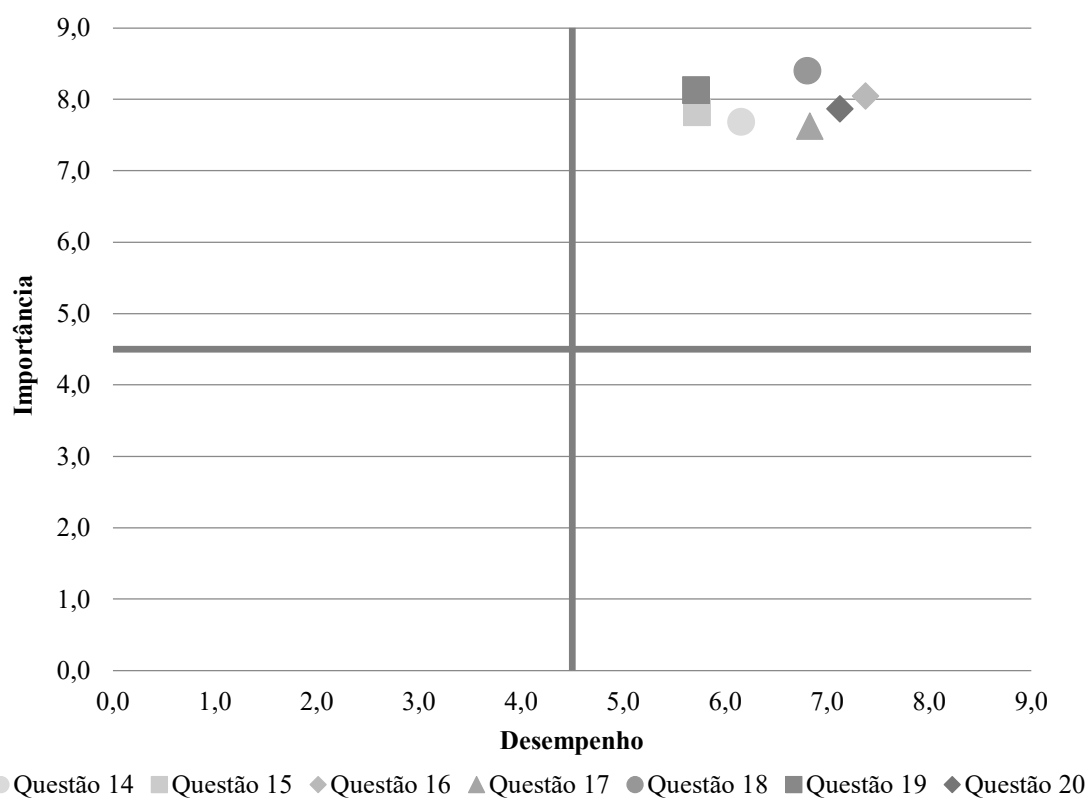
Observa-se na Fig. 3 os resultados para a Categoria 3, composta por 7 questões, que abordou a interação professor-aluno (Tabela 3). Novamente, todas as médias ficaram posicionadas no quadrante de maior importância e maior desempenho, demonstrando a boa impressão dos alunos quanto aos docentes. Vale ressaltar a questão 16, que retratou a oportunidade dos alunos em fazerem perguntas, obteve a maior média de desempenho da

categoria, revelando a satisfação com o espaço cedido pelos professores para os alunos sanarem suas eventuais dúvidas. Ainda assim, essa interação não relata apenas o desempenho docente, agregando também como o aluno se sente quanto ao professor e os resultados mostram que os acadêmicos estão confortáveis e satisfeitos quanto a esse relacionamento.

**Tabela 3.** Médias de importância e desempenho para a Categoria 3: Interação professor-aluno.

<b>Nº da questão</b>	<b>Descrição da questão</b>	<b>Importância (em média)*</b>	<b>Desempenho (em média)*</b>
14	O professor encoraja o estudante a expressar sua opinião	7,7	6,2
15	O professor é receptivo a novas ideias e diferentes pontos de vista.	7,8	5,7
16	Os estudantes têm oportunidade para fazerem perguntas	8,0	7,4
17	Os professores geralmente estimulam a discussão em sala de aula.	7,6	6,8
18	Os professores disponibilizam a seus alunos materiais de estudo sobre as aulas dadas.	8,4	6,8
19	Os professores avaliam seus alunos com precisão e justiça.	8,1	5,7
20	É permitido aos alunos contatar os professores fora do ambiente da Universidade.	7,9	7,1

\*Avaliações obtidas segundo uma escala com valor máximo de 9, onde: 1 a 3 pouco importante/satisfeito, 4 a 6 importante/satisfeito e 7 a 9 muito importante/satisfeito



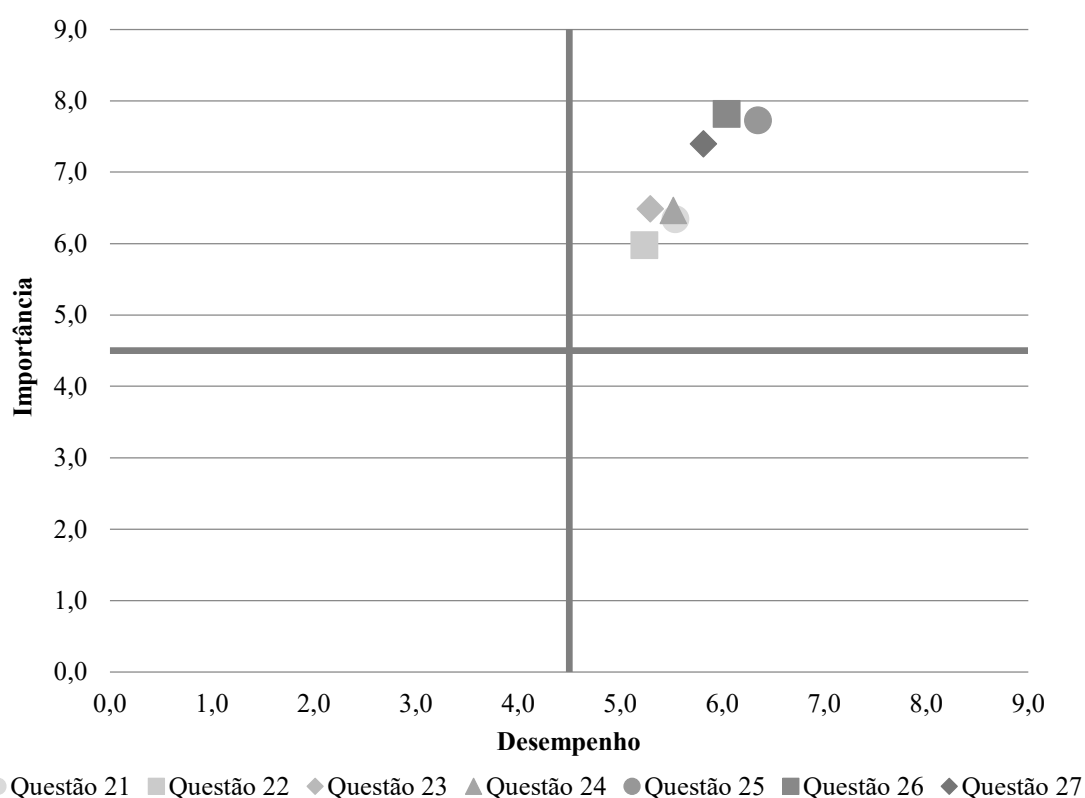
**Figura 3.** Matriz de importância x desempenho para a Categoria 3: Interação professor-aluno. UFGD, Dourados, 2018.

Na Categoria 4, mais uma vez, as médias ficaram posicionadas no quadrante superior direito, indicando mais um ponto forte do curso (Figura 4). Essa categoria trata dos níveis de exigência do curso e contou com 7 questões (Tabela 4). É interessante observar que, apesar de todas as médias estarem no maior quadrante, as menores notas de desempenho foram também as que tiveram menor importância, como a velocidade e quantidade de conteúdos abordados. Já as questões com maior importância, tiveram também melhor desempenho, como materiais utilizados, tipo e forma de abordagem dos conteúdos.

**Tabela 4.** Médias de importância e desempenho para a Categoria 4: Exigência do curso.

Nº da questão	Descrição da questão	Importância (em média)*	Desempenho (em média)*
21	Os professores abordam muitos conteúdos (além do necessário).	6,3	5,5
22	Os professores apresentam o conteúdo muito rapidamente	6,0	5,2
23	Os trabalhos realizados consomem muito tempo em relação ao conhecimento que agregam	6,5	5,3
24	Você acha as leituras indicadas muito difíceis	6,5	5,5
25	Os materiais utilizados pelos professores são de boa qualidade.	7,7	6,4
26	Os professores trabalham todos os conteúdos previstos na ementa das disciplinas.	7,8	6,0
27	Os professores relacionam os conteúdos de forma sistemática	7,4	5,8

\*Avaliações obtidas segundo uma escala com valor máximo de 9, onde: 1 a 3 pouco importante/satisfeito, 4 a 6 importante/satisfeito e 7 a 9 muito importante/satisfeito



**Figura 4.** Matriz de importância x desempenho para a Categoria 4: Exigência do curso. UFGD, Dourados, 2018.

Na Categoria 5, composta por 5 questões, as médias foram muito semelhantes e também alocaram-se no quadrante superior direito (Figura 5). Essa categoria procurou avaliar a organização do curso, ponderando desde a estrutura curricular e apresentação de disciplinas,

até o andamento operacional feito pelos funcionários (Tabela 5). Todas as notas de desempenho foram iguais ou superiores a 6, indicando satisfação por parte dos entrevistados.

A Fig. 6 traz os resultados da última categoria avaliada, a Satisfação geral do aluno. Essa categoria foi a mais longa, com 10 questões abrangendo desde a satisfação com o ensino e andamento do curso, até as expectativas para o mercado de trabalho (Tabela 6). Os resultados positivos dessa categoria vêm para selar a visão favorável dos entrevistados quanto ao curso de Administração da UFGD. Mais uma vez, todas as respostas enquadraram-se com alta importância acompanhada de alto desempenho, indicando que os candidatos estão satisfeitos com sua graduação.

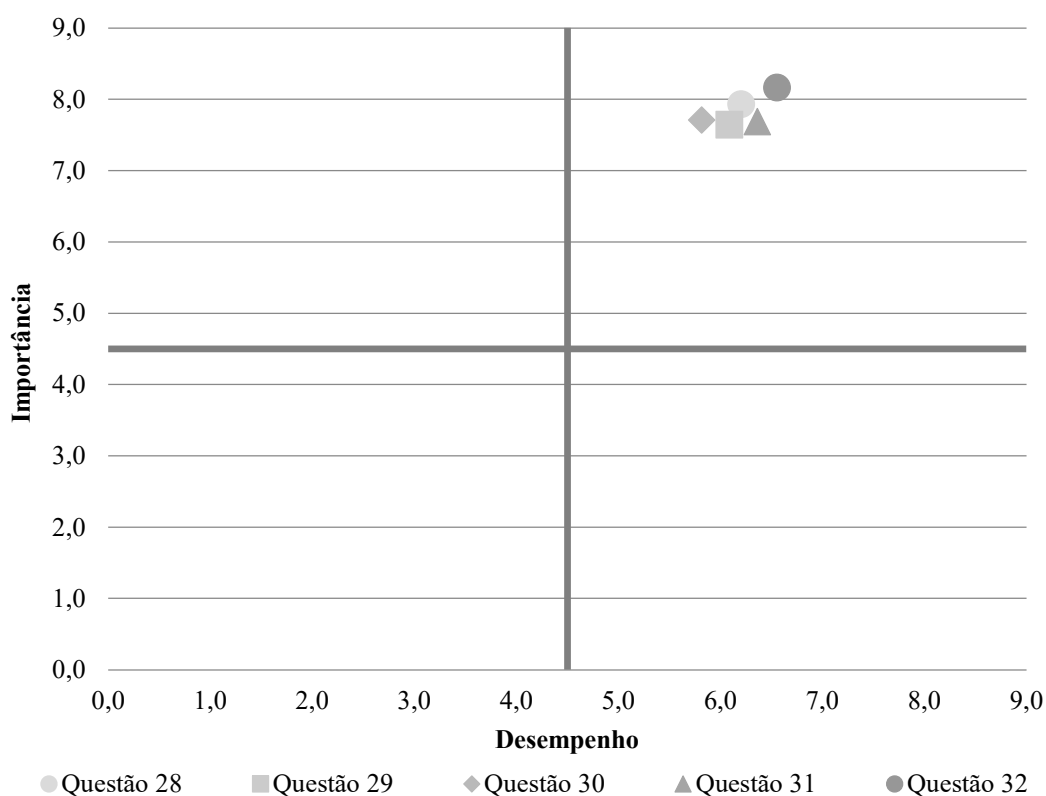
Corroborando com os dados já apresentados vem a média geral de satisfação dos alunos, nota dada por cada um dos entrevistados ao final do questionário, que foi 7,5. Essa nota reafirma o alto nível de satisfação dos alunos, indicando que o curso de Administração da UFGD segue por um caminho que agrada e atende seu público alvo, os acadêmicos.

**Tabela 5.** Médias de importância e desempenho para a Categoria 5: Organização do curso.

<b>Nº da questão</b>	<b>Descrição da questão</b>	<b>Importância (em média)*</b>	<b>Desempenho (em média)*</b>
28	O curso (as disciplinas) é bem organizado.	7,9	6,2
29	Você considera fácil fazer anotações das apresentações realizadas pelo professor.	7,6	6,1
30	A sequência da grade curricular é apresentada de maneira adequada.	7,7	5,8
31	Os funcionários, geralmente, asseguram o bom andamento operacional do curso.	7,7	6,4
32	De uma maneira geral o curso atende as minhas expectativas	8,2	6,6

\*Avaliações obtidas segundo uma escala com valor máximo de 9, onde: 1 a 3 pouco importante/satisfeito, 4 a 6 importante/satisfeito e 7 a 9 muito importante/satisfeito



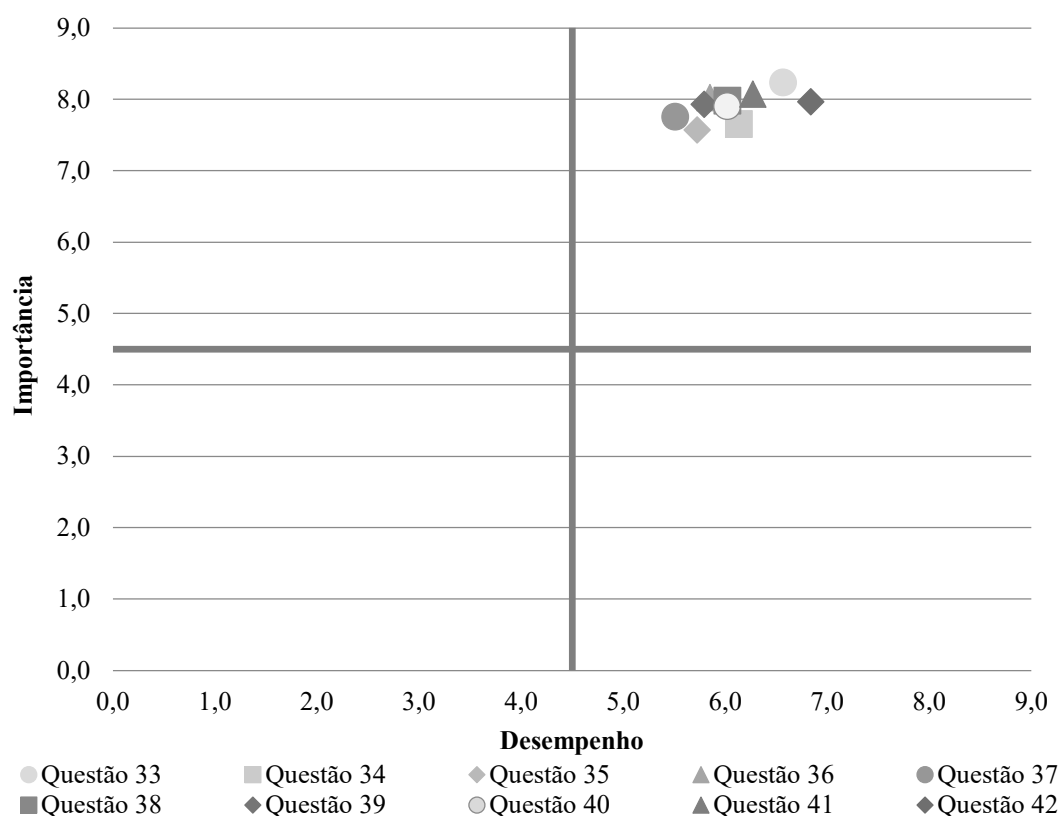


**Figura 5.** Matriz de importância x desempenho para a Categoria 5: Organização do curso. UFGD, Dourados, 2018.

**Tabela 6.** Médias de importância e desempenho para a Categoria 6: Satisfação geral do aluno.

Nº da questão	Descrição da questão	Importância (em média)*	Desempenho (em média)*
33	Você está satisfeito com seu curso	8,2	6,6
34	Sua satisfação em relação a seu curso é melhor do que esperava quando ingressou	7,7	6,1
35	É fácil solucionar um problema no seu curso	7,6	5,7
36	O curso oferece oportunidade de inserção no mercado de trabalho	8,0	5,9
37	Os profissionais formados no seu curso são preferidos pelas empresas	7,8	5,5
38	Você está satisfeito com o ensino que recebe	8,0	6,0
39	O nível de formação atingido pelos alunos que concluem o curso é satisfatório	7,9	5,8
40	As medidas adotadas pelo curso para a melhoria da qualidade do ensino são positivas	7,9	6,0
41	Há um comprometimento efetivo dos professores com a qualidade do curso	8,1	6,3
42	Seu curso é o curso ideal para você	8,0	6,8

\*Avaliações obtidas segundo uma escala com valor máximo de 9, onde: 1 a 3 pouco importante/satisfeito, 4 a 6 importante/satisfeito e 7 a 9 muito importante/satisfeito



**Figura 6.** Matriz de importância x desempenho para a Categoria 6: Satisfação geral do aluno. UFGD, Dourados, 2018.

Todos os resultados apresentados permitem afirmar que os estudantes do curso de Administração da UFGD estão satisfeitos com a estrutura curricular, com a própria participação dos alunos e com os outros fatores avaliados, destacando-se o desempenho do corpo docente. Existe uma relação entre Universidade, aluno e a sociedade como um todo e a qualidade desse relacionamento pode interferir na percepção do acadêmico de modo geral, no entanto, embora haja uma variedade de aspectos que possam levar os estudantes à satisfação ou insatisfação, o desempenho do corpo docente e a qualidade das aulas destacam-se como os fatores mais decisivos na formação de opinião dos alunos (DESHIELDS JR et al., 2005). Portanto, os resultados obtidos nessa pesquisa enaltecem o bom trabalho do corpo docente do curso.

**Tabela 7.** Médias de desempenho (DES) e importância (IMP) por categoria e média geral de satisfação de acordo com o semestre do entrevistado.

	2º Semestre		4º Semestre		6º Semestre		8º Semestre		10º Semestre	
	DES	IMP	DES	IMP	DES	IMP	DES	IMP	DES	IMP
Categoria 1	5,55	7,45	6,05	8,24	5,68	8,10	5,51	7,99	7,21	8,71
Categoria 2	6,00	7,63	6,46	8,03	6,15	7,89	6,32	7,95	7,67	8,67
Categoria 3	6,10	7,66	6,56	7,98	6,47	7,92	6,76	8,08	8,29	8,93
Categoria 4	5,87	6,20	5,53	6,79	4,87	6,84	5,95	7,41	8,14	8,07
Categoria 5	5,95	7,60	6,32	7,77	5,77	7,63	6,40	8,06	7,90	8,70
Categoria 6	6,04	7,75	6,05	8,07	6,05	7,53	5,92	8,11	7,75	8,60
<b>Satisfação</b>	<b>7,52</b>		<b>7,41</b>		<b>7,45</b>		<b>7,62</b>		<b>8,25</b>	

\*Avaliações obtidas segundo uma escala com valor máximo de 9, onde: 1 a 3 pouco importante/satisfeito, 4 a 6 importante/satisfeito e 7 a 9 muito importante/satisfeito

A Tabela 7 evidencia diferenças entre a importância e o desempenho de cada categoria entre os estudantes ingressantes (2º semestre), os que estão no meio do curso (4º, 6º e 8º semestre) e os concluintes (10º semestre). Destaca-se que as maiores médias para todas as categorias foram entre os estudantes concluintes. Segundo Araújo e Haas (2012) este fenômeno pode ser chamado de “calibração”, que é o ajuste das expectativas ao longo da vida universitária. Ao ingressar na universidade, os novos estudantes chegam com altas expectativas e, em vários aspectos, a instituição não será capaz de supri-las por completo, gerando menor satisfação.

A alta satisfação de alunos concluintes é semelhante à encontrada por Araújo e Haas (2012) que estudaram o perfil de alunos de Administração de uma universidade no município de São Paulo, considerando expectativas, situação econômica e opiniões sobre a vida universitária. Os autores destacam que, além do fenômeno da “calibração”, onde o aluno ajusta suas expectativas à realidade ao longo da vida universitária, a maior satisfação pelos concluintes dá-se pelo “filtro” da evasão, pois alunos com menor satisfação muito provavelmente já abandonaram o curso.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa trouxe resultados que indicam ampla satisfação dos estudantes do curso de Administração da UFGD. Isso fica evidenciado definitivamente com a média da nota de satisfação geral dos alunos, que foi de 7,5. Tais repostas indicam que as estratégias adotadas, especialmente pelo corpo docente do curso, têm sido efetivas do ponto de vista dos alunos, refletindo diretamente na visão positiva desses estudantes quanto ao curso.

Os resultados encontrados vão de encontro aos alcançados por Moraes et al. (2013), que concluíram que os egressos que se formaram entre 2006 e 2009 estavam satisfeitos com o curso e com o que a formação proporcionou a eles no mercado de trabalho. Visto que os dados obtidos pelos autores são de datas relativamente antigas, ao confrontá-los com os resultados desta pesquisa é possível afirmar que o curso de Administração da UFGD mantém-se buscando a satisfação de seu público-alvo e continua recebendo um parecer positivo de seus alunos.

Todas as categorias abordadas na pesquisa foram consideradas de alta importância pelos entrevistados. Tendo em vista que o foco principal da pesquisa foram os próprios estudantes e os professores, sendo para os primeiros uma auto avaliação, é interessante ressaltar a relevância do docente no relacionamento do aluno com seu curso. No caso do curso pesquisado, as notas de desempenho indicam o bom trabalho dos docentes e as notas de importância comprovam seu papel fundamental no desenvolvimento do aluno. Dentre todas as categorias, a maior nota de importância foi na questão 18, Categoria 3, justamente a que avalia a interação professor-aluno.

O fato de todos os temas abordados na pesquisa terem sido avaliados com alta importância traz uma perspectiva do que os estudantes mais valorizam no curso, porém, também deixa aberta uma gama de assuntos a serem abordados em pesquisas futuras, como: relacionamento com o corpo administrativo, burocracia interna, infraestrutura da faculdade, dificuldade de acesso, necessidade de políticas assistencialistas, entre outros. Além da abordagem de outros temas, é fundamental que uma avaliação, como a realizada por este trabalho, seja feita periodicamente, afim de que se mantenha um banco de dados que possibilite a constante melhoria e manutenção dos atributos positivos do curso.

Outro ângulo de abordagem mostrou-se necessário: a estratificação dos alunos por período ou semestre. Nesta pesquisa ficou clara uma diferença entre a satisfação dos alunos dos semestres iniciais e dos últimos semestres e, contrariando ao esperado, os alunos

concluintes mostraram-se mais satisfeitos, o que demonstra claramente um ajuste das expectativas, porém, faltam dados para assegurar tal resultado, como índices de evasão.

A matriz importância desempenho é interessante não apenas por indicar pontos a serem melhorados no caso estudado, mas também por evidenciar os pontos fortes, apontando direções a seguir e qualidades a manter. Entretanto, as avaliações obtidas em algumas questões deixam dúvidas sobre a acurácia desse método, pois notas como 4,7, na questão 4 e 5,2 nas questões 1 e 22, apesar de encontrarem-se no quadrante de maior importância e desempenho podem ser consideradas baixas ao serem avaliadas por outros métodos de análise de dados.

## 6 REFERÊNCIAS

ARAÚJO, R. F. de; HAAS, C. M. Alunos ingressantes e concluintes de curso universitário: perfis, expectativas e satisfação. **Revista @mbiente e educação**, n. 5, v. 1, p. 110-125, 2012.

BERGAMINE, C.W. & CODA, R (org), **Psicodinâmica da vida organizacional: Motivação e Liderança**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BRASIL, INEP. **Resumo técnico: censo da educação superior de 2014**. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2016. Disponível em: <[http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2014/resumo\\_tecnico\\_censo\\_educacao\\_superior\\_2014.pdf](http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2014/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2014.pdf)>. Acesso em 28 de outubro de 2017.

DALFOVO, M. S.; LANA, R. A.; SILVEIRA, A. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, v. 2, n. 4, p. 01-13, 2008.

DESHIELDS JR, O. W.; KARA. A.; KAYNAK, E. Determinants of business student satisfaction and retention in higher education: applying Herzberg's two-factor theory. **International Journal of Educational Management**, v. 19, n. 2, p. 128-139, 2005.

EVARD, Y. **A satisfação dos consumidores: situação das pesquisas**. Tradução de Ana Maria Machado Toaldo. Porto Alegre: PPGA/UFRGS, 1995. Tradução para fins acadêmicos.

FLORES, V. F.; VIANA, J. J. S.; HALL, R. J.; CORREA, F. T. de B. S. Indicadores de qualidade nos serviços de educação pública: a emancipação da UFGD sob a ótica de seus acadêmicos. In: **Anais... V CONVIBRA – Congresso Virtual Brasileiro de Administração**, 2008.

GARVER, M. S. Best practices in identifying customer-driven improvement opportunities. **Industrial Marketing Management**, v. 32, p. 455-466, 2003.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LINZMAYER, Eduardo; MINCIOTTI, Sílvio Augusto. Ações de marketing em instituições de ensino superior: um estudo na região do Grande ABC. **Revista Gestão Universitária na América Latina**. Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 43-70, maio 2017.

LIZOTE, S. A.; VERDINELLI, M. A.; LANA, J. Satisfação dos alunos dos cursos de pós-graduação lato sensu: um estudo através da modelagem em equações estruturais. In: **Anais... XI Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária de América do Sul**. Florianópolis, 2012.

MARTILLA, J. A.; JAMES, J. C. Importance-Performance Analysis: An easily-applied technique for measuring attribute importance and performance can further the development of effective marketing programs. **Journal of Marketing**, v. 41, n. 1, p. 77-79, 1977.

MIOT, H. A. Tamanho da amostra em estudos clínicos e experimentais. **Jornal Vascular Brasileiro**, v. 10, n. 4, p. 275-278, 2011.

MORAES, E. T. de; VIANA, J. J. S.; GOMES, N. B. Percepção dos egressos sobre o curso de administração de uma IPES. **Revista Organização Sistêmica**, v. 4, n. 2, 2013.

NAVARRO, Mercedes M.; IGLESIAS, Marta P.; TORRES, Pilar R. A new management element for universities: satisfaction with the offered courses. **International Journal of Educational Management**, v. 19, n. 6, p. 505-526, 2005.

ONUSIC, L. M. **A qualidade de serviços de Ensino Superior – O caso de uma instituição de ensino público**. Tese (Doutorado em Administração) – Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2009.

PALACIO, Asunción B.; MENESES, Gonzalo D.; PÉREZ, Pedro J. P. The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students. **Journal of Educational Administration**, v. 40, n. 5, p. 486-505, 2002.

PASWAN, A. K.; YOUNG, J. A. Student evaluation of instructor: a nomological investigation using structural equation modeling. **Journal of Marketing Education**, v. 24, n. 3, p. 193-202, 2002.

SCHLEICH, A. L. R. **Integração à educação superior e satisfação acadêmica de estudantes ingressantes e concluintes: um estudo sobre relações**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2006.

SCHREINER, L. A. Linking Student Satisfaction and Retention. Noel-Levitz, 2009.

SPRENG, R. A.; MACKENZIE, S. B.; OLSHAVSKY, R. W. A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction. **Journal of Marketing**, v. 6, n. 3, p. 15-32, 1996.

VIEIRA, V. A. As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. **Revista da FAE**, v. 5, n. 1, p. 61-70, 2002.

VIEIRA, K. M.; MILACH, F. T.; HUPPES, R. D. Equações estruturais aplicadas à satisfação dos alunos: um estudo no curso de ciências contábeis da Universidade Federal de Santa Maria. **Revista de Contabilidade e Finanças da USP**, vol.19, n.48, p. 65-76, setembro/dezembro 2008.

WALTER, S. A.; TONTINI, G.; DOMINGUES, M. J. C. de S. Análise da satisfação do aluno para melhora de um curso de administração. **FACES Journal**, v. 5, n. 2, p. 57-70, 2006.





Pouco Satisfeito			Satisfeito			Muito Satisfeito				Pouco Importante			Importante			Muito importante		
1	2	3	4	5	6	7	8	9		1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Categoria 4 - Exigência do curso</b>																		
									21 - Os professores abordam muitos conteúdos (além do necessário).									
									22 - Os professores apresentam o conteúdo muito rapidamente									
									23 - Os trabalhos realizados consomem muito tempo em relação ao conhecimento que agregam									
									24 - Você acha as leituras indicadas muito difíceis									
									25 - Os materiais utilizados pelos professores são de boa qualidade.									
									26 - Os professores trabalham todos os conteúdos previstos na ementa das disciplinas.									
									27 - Os professores relacionam os conteúdos de forma sistemática									
<b>Categoria 5 - Organização do curso</b>																		
									28 - O curso (as disciplinas) é bem organizado.									
									29 - Você considera fácil fazer anotações das apresentações realizadas pelo professor.									
									30 - A sequência da grade curricular é apresentada de maneira adequada.									
									31 - Os funcionários, geralmente, asseguram o bom andamento operacional do curso.									
									32 - De uma maneira geral o curso atende as minhas expectativas									
<b>Satisfação geral do aluno</b>																		
									33 - Você está satisfeito com seu curso									
									34 - Sua satisfação em relação a seu curso é melhor do que esperava quando ingressou									
									35 - É fácil solucionar um problema no seu curso									
									36 - O curso oferece oportunidade de inserção no mercado de trabalho									
									37 - Os profissionais formados no seu curso são preferidos pelas empresas									
									38 - Você está satisfeito com o ensino que recebe									
									39 - O nível de formação atingido pelos alunos que concluem o curso é satisfatório									
									40 - As medidas adotadas pelo curso para a melhoria da qualidade do ensino são positivas									
									41 - Há um comprometimento efetivo dos professores com a qualidade do curso									
									42 - Seu curso é o curso ideal para você									

Dê uma nota de Satisfação Geral para o curso: \_\_\_\_\_

