

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE ATRIBUTOS ESPECÍFICOS DE INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR EM CURSOS PRIVADOS DE ADMINISTRAÇÃO EM JOINVILLE, SC

Emerson Wagner Mainardes*
Maria José Carvalho de Souza Domingues**

Resumo

Em um mercado de ensino superior competitivo, como é o caso do Brasil, possuir uma imagem de qualidade tem sido fundamental para atrair e reter alunos em uma instituição de ensino superior (IES). Este estudo objetivou avaliar a qualidade de atributos específicos das IES que oferecem cursos de graduação em administração em Joinville, SC. Para a realização desta pesquisa, buscaram-se estudos que tratam da qualidade de atributos específicos das organizações educacionais, encontrando-se 13 atributos que medem a qualidade de uma IES, no que se refere especificamente à instituição. Em seguida, realizou-se uma pesquisa quantitativa-descritiva junto aos alunos formandos em duas das cinco IES que oferecem a graduação em administração em Joinville. Aplicou-se um questionário estruturado não disfarçado, com perguntas fechadas, junto a 292 formandos destas duas IES. Com os dados coletados, caracterizaram-se os formandos e identificaram-se os atributos com desempenhos mais e menos satisfatórios quanto à qualidade destas IES. Encontrou-se, também, os atributos que mais contribuem para a percepção de qualidade da instituição na visão dos alunos. As IES foram bem avaliadas em termos de qualidade, sendo que a imagem da IES para a comunidade, a qualidade da IES com relação à inovação e com relação ao desenvolvimento de novos cursos são os atributos de melhor desempenho segundo os alunos.

Palavras-chave: Instituições de ensino superior. Qualidade em organizações educacionais. Graduação em administração. Qualidade no ensino superior. Gestão educacional.

Evaluation of Quality of Specific Attributes of Higher Education Institutions in Private Courses in Management in Joinville, SC

Abstract

In the market of competitive higher education, as is the case in Brazil, possessing a quality image is fundamental to attracting and to keeping students at Higher Education Institutions (HEI). This study evaluates the specific quality attributes of HEIs that offer degree courses in administration in Joinville, SC. In order to do this, studies that deal with the specific attributes of quality in educational organizations were identified. 13 attributes that measure the quality of an HEI, specifically with regard to the institution were included. Then a quantitative-descriptive research was carried out among graduates from two of the five HEIs that offer courses in administration in Joinville, SC. A structured questionnaire was applied, with closed questions, to 292 graduates from these two HEIs. With the collected data these graduates were characterized and the attributes of best and worst attributes for quality were identified. Also attributes that contribute more to the perception of quality of the institution from the students' vision were also identified. The HEIs were well appraised in terms of quality, and the image of HEI for the community, the quality of HEI regarding innovation and the development of new courses, are the attributes that are of greatest importance according to the students.

Keywords: Higher education institutions. Quality in educational organizations. Degree courses in administration. Quality in higher education. Education management.

**Doutor em Gestão pela Universidade da Beira Interior – UBI/Covilhã/Portugal. Professor Titular da Faculdade Cenecista de Joinville – FCJ. Endereço: Rua Advogado Miguel Cercal, 72. Joinville/SC. CEP: 89214-610. Email: emerson.wm@sapo.pt*

***Doutora em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Professora Titular dos Programas de Pós-graduação em Administração da Universidade Regional de Blumenau – PPGAd/FURB. Email: mariadomingues@furb.br*

Introdução

Em um mundo em constante transformação, os profissionais do mercado de trabalho necessitam estar em constante aperfeiçoamento e capacitação. Capacitação de profissionais do mercado, em muitos casos, se busca em instituições de ensino. Reinert e Reinert (2005) evidenciaram que este cenário no Brasil permitiu o crescimento do setor educacional nos ensinos fundamental, médio e superior. Porém, é neste último, no nível superior em particular, que o ensino brasileiro ganhou espaço considerável. O crescimento do número de instituições privadas foi recorde, nascendo, em média, mais de um estabelecimento particular por dia. Entre os cursos oferecidos pelas instituições de ensino superior (IES), a graduação em administração cresceu, significativamente. Silva *et al.* (2005) constataram que a ampliação do ensino superior no Brasil foi nitidamente visível, e que houve um maior crescimento nos cursos de graduação em administração.

Tal situação, entre outros fatores, foi proporcionada pela Lei de Diretrizes e Bases (LDB), Lei 9.394 de 1996 (PLANALTO, 2007), que tornou o ambiente educacional favorável ao aumento desse tipo de organização, principalmente as IES privadas. Houve, assim, natural aumento de competitividade entre essas instituições. Desta forma, segundo Walter, Tontini e Domingues (2005, p. 1), "o mercado educacional aproxima-se cada vez mais de um mercado onde a qualidade dos serviços e a satisfação dos clientes são fundamentais para sobrevivência das IES". Complementando esse cenário, Navarro, Iglesias e Torres (2005), em estudo internacional, constataram uma diminuição no acesso às IES de estudantes recém-formados no ensino médio. Conforme esses mesmos autores, têm-se cada vez alunos mais maduros, já profissionais do mercado, que buscam se qualificar, com necessidades e motivações diferentes dos estudantes tradicionais, e que exigem uma educação diferente. Ou seja, hoje, o aluno não é mais o mesmo de tempos atrás.

Além deste e de outros fatos, o ensino superior parece estar se dirigindo a uma competição comercial imposta por forças econômicas, resultado do desenvolvimento da comercialização da educação. As IES da atualidade estão tendo que se interessar não só pelo que a sociedade solicita, em termos de competência dos diplomados, mas também pelo que os estudantes sentem sobre a experiência educacional que tem, vão ter ou tiveram (ABDULLAH, 2006). Seeman e O'Hara (2006) afirmam que, neste ambiente, as IES garantem uma vantagem competitiva, com o aumento de habilidades em atrair, reter e atender seus consumidores. O Brasil acompanha tal tendência. Cada vez mais a competição entre IES nacionais, principalmente em cursos de graduação em administração, leva as instituições a buscarem formas de atrair e reter estudantes (ALFINITO; GRANEMANN, 2003).

Essa realidade nacional apresenta-se com força, principalmente em regiões onde a necessidade de formação de administradores é constante. Um exemplo é Joinville, em Santa Catarina, a maior cidade do estado, apesar de não ser a capital. Tem uma quantidade elevada de empresas privadas, tanto indústrias, quanto comércios e prestadoras de serviços. É um pólo industrial que concentra grandes organizações, sendo também uma cidade com forte vocação empreendedora. São mais de 50 mil empresas, sendo que cada uma delas precisa de, pelo menos, um administrador. Portanto, a necessidade de formação em administração levou a uma proliferação de cursos de graduação nesta área.

Na cidade de Joinville, atualmente, existem, de acordo com o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP, 2007), cinco IES particulares que oferecem doze diferentes cursos de graduação em administração. Apesar do mercado de trabalho apresentar uma demanda constante por novos administradores, as IES têm, cada vez mais, dificuldades para atrair novos alunos, pois são oferecidas quase duas mil vagas anuais. Isto significa atrair cerca de dois mil indivíduos todos os anos para as IES somente para cursos de administração, não sendo considerados os demais inúmeros cursos superiores oferecidos por estas e por outras IES da região. Como esse número é elevado, oferecer serviços educacionais de elevada qualidade para atrair novos alunos e manter os atuais passou a ser uma estratégia de gestão fundamental para as IES,

pois são eles quem garantem as receitas e perpetuam as instituições citadas. Neste sentido, reveste-se de importância a qualidade das IES, pois a qualidade, segundo os alunos, é um dos principais fatores de atração e retenção de alunos (ALVES, 2003).

Assim, segundo Mainardes (2007), os estudos que avaliam a qualidade das IES surgiram em grande quantidade, examinando inúmeros atributos. Na revisão efetuada por esse autor, foram encontrados 63 atributos diferentes para avaliar a percepção dos alunos quanto à qualidade de uma IES, os quais contemplam aspectos referentes ao curso, ao corpo docente, à gestão da IES, à própria IES, à equipe administrativa da IES e ligados ao mercado de trabalho. Com tantos atributos, sugere o autor que a avaliação da qualidade de uma IES deve ser realizada separadamente, ou seja, escolher um aspecto e avaliar a qualidade sob o prisma escolhido.

Foi sob tal perspectiva que se realizou este estudo. Considerando-se a diversidade de atributos que avaliam a qualidade das IES no entendimento dos estudantes, nesta pesquisa, buscou-se avaliar a qualidade das IES, na visão dos seus alunos, a respeito dos atributos específicos ligados à própria instituição. Esta avaliação de qualidade foi realizada nas IES que oferecem cursos de graduação em administração em Joinville.

Além deste objetivo, buscou-se também identificar, entre os atributos pesquisados, aqueles que mais contribuem para a percepção de qualidade dos alunos, ou seja, os atributos que afetam diretamente a percepção geral dos alunos quanto à qualidade de uma IES. Para atingir tais objetivos, utilizou-se um conjunto de 13 atributos específicos que avaliam a percepção de qualidade das IES, segundo os alunos da graduação em administração. Os atributos, além da metodologia utilizada, foram baseados no estudo de Mainardes (2007).

Para tanto, os objetivos específicos voltam-se para: 1) caracterizar o aluno formando quanto à idade, gênero, estado civil, número de filhos, local de trabalho, função profissional e área de atuação profissional; 2) dentro do conjunto de 13 atributos, identificar os atributos específicos de qualidade das IES com desempenho mais satisfatório na opinião dos alunos; 3) considerando o mesmo conjunto de atributos, identificar os atributos de qualidade das IES com desempenho menos satisfatório na opinião dos mesmos alunos; 4) por fim, identificar os atributos chave das IES que contribuem para a formação da percepção de qualidade de uma IES.

Qualidade no Serviço Educacional

Antes de resgatar estudos sobre a qualidade nos serviços educacionais, é importante estabelecer o conceito de qualidade utilizado nesta pesquisa. Segundo Jacob (2003), qualidade é um conceito subjetivo e existem inúmeras definições. Entre elas, quatro se destacam: qualidade como excelência, qualidade como valor, qualidade com conformação de especificações e qualidade como atendimento das necessidades dos consumidores. Este último conceito, muito utilizado na mensuração da qualidade nos serviços em geral, foi o conceito de qualidade aplicado aqui. Conseqüentemente, a avaliação de qualidade foi medida tomando por base o desempenho de cada atributo percebido pelos alunos que freqüentam a graduação em administração. Este tem sido o método utilizado para avaliar a qualidade dos serviços em geral.

Quanto à qualidade nos serviços educacionais, em âmbito mundial, são muitos os estudos que tratam da qualidade neste tipo de serviço, principalmente no ensino superior. A vasta gama de pesquisas reflete a relevância do tema qualidade na educação, não somente no Brasil, mas na grande maioria dos países. Entre os estudos sobre qualidade educacional, apresentam-se aqui algumas pesquisas que contribuíram para este trabalho.

No estudo de Michael (1997), o autor identificou que, em sistemas de ensino superior caracterizados por competição alta, há: maior participação de instituições privadas de ensino superior; maior liberdade e capacidade de estudantes potenciais em escolher entre as instituições, forçando-as a buscar qualidade educacional; e uma maior autonomia institucional e liberdade acadêmica. Essas características induzem a competição por estudantes, competição por recursos em geral, foco em clientes e

administração de custos internos. Competição por estudantes induz administradores de instituições de ensino superior a ficarem mais competitivos. O autor concluiu que, se as instituições acadêmicas estão em um mercado competitivo, buscando estudantes e recursos, elas devem adotar técnicas administrativas de negócio, baseadas em planejamento estratégico, marketing e controle administrativo; e isto passa por avaliar a qualidade dos atributos específicos da IES, como estrutura, equipe de funcionários e imagem. Estratégias específicas implementadas para reduzir dificuldades no ambiente de ensino superior incluem administração de recursos, marketing, planejamento estratégico e administração de qualidade total. Tudo isto para se preparar para uma competição por estudantes entre as instituições de ensino superior.

Complementando, Michael (1997) declarou que a necessidade de conservar recursos, melhorar a efetividade e a qualidade e aumentar a participação no mercado fazem com que se adote o TQM (*Total Quality Management*) em instituições de ensino superior. Há muitos princípios no TQM, porém, alguns são de interesse particular para administração do ensino superior, como missão e foco no cliente, melhoria sistemática nas operações e estrutura, desenvolvimento de recursos humanos, inovação, pensamento a longo prazo, entre outros. O autor notou que o TQM em ensino superior deve ser focado em clientes, adotando uma filosofia de melhoria contínua, buscando as melhores práticas, enfatizando as pessoas envolvidas (professores e demais colaboradores) e adotando estruturas apropriadas.

O estudo de Palácio, Meneses e Pérez (2002) tratou de imagem de IES e satisfação de estudantes. Hoje em dia, imagem da marca é de grande importância em empresas que visam lucro ou não. As universidades precisam de uma imagem irrepreensível para manter sua competitividade no mercado, e a imagem depende muito de sua estrutura, pois é este o ambiente onde convivem os clientes, ou seja, os alunos. Esta relação contribui de forma significativa para a formação da imagem da IES. Na realidade, muitas universidades aumentaram seus investimentos para se distinguirem de seus concorrentes, fortalecendo sua imagem de prestígio e de qualidade, a partir de uma estrutura adequada. A imagem de qualidade da IES transmitida por estudantes afeta tanto a manutenção dos estudantes atuais, quanto a atração de novos estudantes.

Para Jacob (2003), o grande crescimento do ensino superior nas últimas décadas levou a uma deterioração da qualidade. A autora diz que a crise da quantidade só se resolve pela qualidade. A mudança de paradigma, para o ensino superior, significa, na linguagem da qualidade, uma nova orientação para consumidores internos (professores, funcionários de todos os setores), para consumidores externos (alunos, familiares, comunidade e fornecedores), para a prestação do serviço (educação) e para a aprendizagem. O ensino superior, diante dessas mudanças, está respondendo aos imperativos de sobrevivência da organização moderna: qualidade, competência, competitividade, produtividade, avaliação, controles, participação, estratégias de marketing, foco no consumidor e no social, bem como agregação de valor social e econômico.

No artigo de Hides, Davies e Jackson (2004), os autores começaram afirmando que, devido a pressões dos *stakeholders*, para uma melhoria da qualidade na gama de serviços oferecidos pelo ensino superior do Reino Unido, e a uma pressão crescente na melhoria da utilização de recursos, as universidades daquele país estão enfrentando desafios quanto a reorientar seu foco para os clientes, administrando as atividades de ensino de uma forma mais profissional. Várias universidades do país estão implementando o modelo EFQM (*Efficient Frequency Quality Management*) de excelência de qualidade como um dos meios para aliviar as pressões atuais. O EFQM toma por base uma auto-avaliação, que é uma revisão inclusiva, sistemática e regular das atividades de uma organização. O processo de auto-avaliação permite à organização encontrar suas forças e fraquezas, culminando em ações de melhoria planejadas, que são monitoradas para que a evolução da organização ocorra. Ao se questionar uma organização quanto às razões importantes para justificar o contínuo uso da auto-avaliação, identificou-se o seguinte: avaliar os atributos específicos da IES (como inovação e práticas de trabalho), identificar oportunidades para melhoria; prover nova motivação para o processo de melhoria da qualidade; realizar processos de melhoria; e melhor administrar o negócio, pois os envolvidos ficam muito mais orientados para resultados.

O artigo de Walter, Tontini e Domingues (2005) comentou que, com a grande abertura de Instituições de Educação Superior (IES) proporcionada pela Lei de Diretrizes e Bases (LDB) de 1996, o mercado educacional tornou-se competitivo. Portanto, apesar da regulação do governo, o ambiente educacional cada vez mais exige qualidade nos serviços e satisfação dos clientes, itens fundamentais para a sobrevivência das IES. A qualidade e a imagem de uma IES podem ser medidas pela capacidade da IES prover um ambiente adequado para preparar seus alunos para o mercado de trabalho, e precisam ser acompanhados pela gestão da IES, no intuito de aprimorar seus cursos, serviços e a organização num todo. Neste caso, o aluno é o principal "produto" das IES, satisfazendo a sociedade por meio do desempenho técnico e humano dos estudantes da IES no mercado de trabalho.

O artigo de Abdullah (2006) mostrou que, hoje em dia, o ensino superior está se dirigindo para uma competição comercial imposta por forças econômicas, resultado do desenvolvimento da comercialização de educação global e da redução de fundos dos governos, o que força as instituições a buscarem outras fontes financeiras. Com base nestas afirmações, o autor concluiu que a orientação ao cliente, em ensino superior, é um princípio geralmente aceito. Assim, torna-se importante identificar os fatores críticos da qualidade do serviço da IES, sob o ponto de vista dos estudantes, que, neste caso, são os clientes primários. Devido a isso, Abdullah (2006) propôs o HEdPERF (medida de satisfação de clientes no ensino superior), um método de medir desempenho baseado em uma nova forma de identificar os fatores de qualidade do serviço no setor de educação de nível superior. Os cinco fatores medidos pelo HEdPERF são: (1) aspectos não-acadêmicos; (2) aspectos acadêmicos; (3) confiança; (4) empatia; (5) estrutura da IES. Por fim, sugere-se que as IES deveriam concentrar seus esforços no que percebem ser importante, focalizando suas energias em vários atributos diferentes, que sentem ser determinantes para a excelência da qualidade do serviço prestado.

Tari (2006) informa que a pressão de uma variedade de *stakeholders* (os estudantes, o governo, a comunidade empresarial e a comunidade local) levou as IES do Reino Unido a fazerem um esforço para melhorar a sua eficiência e eficácia, buscando satisfazer seus clientes cada vez mais exigentes. Tal pressão resultou em mudanças nas IES e levou-as a implementar várias estratégias.

O modelo de EFQM (*Efficient Frequency Quality Management*) é um instrumento genérico, que pode ser aplicado em uma IES como uma ferramenta de melhoria. O desenvolvimento do EFQM para a educação serve para mensurar a percepção da qualidade em IES, para mensurar a administração da qualidade nas escolas, ou para mensurar a qualidade administrativa em universidades. O primeiro pode ser usado para medir dimensões de qualidade (recursos acadêmicos, competência, atitude e conteúdo). A segunda medida contém nove variáveis (visão compartilhada, foco no cliente, foco a longo prazo, melhoria contínua, envolvimento dos professores, colaboração, tomada de decisão, sistemas utilizados e qualidade com menor custo). A terceira pode ser usada para revelar as percepções dos acadêmicos quanto aos serviços administrativos e pode ajudar os administradores universitários a monitorarem a qualidade do serviço oferecido. Conclui-se, no estudo de Tari (2006), que o modelo EFQM e a auto-avaliação se tornam, respectivamente, uma ferramenta e uma metodologia para melhoria da qualidade.

Portanto, como já comentado, as avaliações da qualidade de uma IES (segundo as percepções dos alunos) envolvem inúmeros fatores, muitas vezes pouco discriminados, como pode ser observado nos estudos citados. Isto faz com que a IES possa não ser avaliada adequadamente, pois uma quantidade elevada de atributos faz o gestor da IES concentrar-se somente em alguns deles. Segundo Mainardes (2007), a profusão de atributos de qualidade vem exigindo dos pesquisadores que a qualidade nos serviços educacionais seja avaliada separando-se os atributos em categorias específicas. Considerando essa proposta do autor, neste estudo, escolheu-se somente atributos relacionados à IES, deixando de lado atributos relacionados a outras categorias, como ligados ao curso, ao corpo docente ou ao mercado de trabalho.

Desta forma, seguindo a metodologia de Mainardes (2007) e considerando os estudos citados, e ainda outras 12 pesquisas (OWLIA; ASPINWALL, 1996; LE BLANC;

NGUYEN, 1997; WIKLUND; WIKLUND, 1999; SILVA, 2000; CARVALHO, 2001; ALVES, 2003; OLAVARRIETA; OLIVA; MANZUR, 2003; VIEIRA, 2003; MESQUITA, 2004; SHANAHAN; GERBER, 2004; TURETA *et al.* 2006; MAINARDES, 2007), chegou-se aos 13 atributos específicos que possibilitam avaliar a qualidade das IES de Joinville, que oferecem cursos de graduação em administração (apresentados posteriormente no quadro 2). Os atributos, baseados no estudo de Mainardes (2007), contemplam exclusivamente aspectos da IES que não se relacionam a outras categorias; afinal, esta pesquisa procurou se concentrar em atributos muitas vezes considerados secundários em avaliações gerais de qualidade de uma IES (Mainardes, 2007). Demais categorias podem ser investigadas futuramente, em um modelo de pesquisa semelhante ao apresentado aqui.

Método de Pesquisa

Neste estudo, realizou-se uma pesquisa quantitativa descritiva transversal, por meio de levantamento de dados primários, com a aplicação de questionário com perguntas predominantemente fechadas (HAIR *et al.*, 2005).

Na pesquisa realizada, foram consideradas todas as IES de Joinville que oferecem cursos de graduação em administração. Segundo dados do INEP (2007), são cinco IES que oferecem, ao total, doze cursos de graduação em administração. São elas: Universidade da Região de Joinville (UNIVILLE); Faculdade Cenecista de Joinville (FCJ); Instituto de Ensino Superior de Joinville (IESVILLE); Instituto Superior de Tecnologia (IST); Instituto de Ensino Santo Antônio (INESA).

Para identificar os atributos de melhor desempenho entre os estudantes quanto à qualidade das IES que freqüentam, optou-se pelos alunos formandos no curso de graduação em administração. Estes alunos podem ser considerados os mais indicados para avaliarem a qualidade de uma IES, afinal, fizeram o curso do início ao fim. A escolha não oportunizou a participação dos alunos que estudam nas instituições IST e INESA, uma vez que os cursos de graduação em administração nestas duas IES são recentes, e ainda estão nos primeiros anos ou semestres, não possuindo alunos formandos. Foram, assim, selecionados, como respondentes-chave, os alunos formandos em administração da UNIVILLE, FCJ e IESVILLE.

De acordo com as informações obtidas junto às Secretarias das IES que participaram do estudo, identificaram-se 616 alunos no último ano ou semestre de 2007. Utilizando a fórmula de Barbetta (2003, p. 60) para determinar o cálculo da amostra estratificada proporcional, esta ficou em 242 alunos formandos, nas três IES consideradas para o estudo. Ou seja, para ser válida, esta pesquisa deveria entrevistar no mínimo 242 alunos (erro de 5%). Se alcançasse mais estudantes, o erro amostral se reduziria. Estabeleceu-se, então, a aplicação de 350 questionários, possivelmente garantindo, no mínimo, 242 instrumentos devidamente respondidos.

Este estudo realizou a coleta de dados a partir da aplicação de um questionário estruturado não disfarçado, com perguntas predominantemente fechadas, e que foi baseado no estudo de Mainardes (2007). O questionário foi composto de duas partes. Na primeira parte, buscou-se caracterizar o aluno que respondeu a pesquisa, por meio de uma pergunta aberta (idade) e seis perguntas fechadas (gênero, estado civil, número de filhos, local de trabalho, função profissional e área de atuação profissional). A segunda parte do questionário procurou identificar os atributos de melhor desempenho na avaliação da qualidade das IES pesquisadas. Os questionários em questão foram construídos conforme os passos descritos a seguir:

- Passo 1 – Levantamento de Atributos: revisão bibliográfica;
- Passo 2 – Agrupamento dos Atributos: encontrados 13 atributos referentes a avaliação da qualidade de uma IES (quadro 2);
- Passo 3 – Estratégias: o quadro 1 esclarece as estratégias utilizadas para a mensuração dos dados coletados.

Quadro 1 – Estratégias de Mensuração dos Dados

ESTRATÉGIAS DE MENSURAÇÃO DOS DADOS
Estratégia 1 – Medição individual do desempenho de cada atributo: aplicou-se um escalograma de diferencial semântico para cada atributo com escala de 1 a 7 (desempenho menos a mais satisfatório);
Estratégia 2 – Mensuração do desempenho geral: ao final do grupo de atributos, foi solicitado ao respondente que fizesse uma avaliação geral de todos os atributos citados, nos mesmos moldes da medida individual, ou seja, em um escalograma de diferencial semântico, com escala variando de 1 a 7 (desempenho menos a mais satisfatório); foi uma pergunta que mediu a percepção geral da qualidade das IES.

Os meses de fevereiro e março de 2007 foram escolhidos para a aplicação da pesquisa em virtude de ser o momento onde há maior presença de estudantes em salas de aulas (início das aulas). Os autores deste estudo prontificaram-se a estar presentes em cada sala de aula para a aplicação da pesquisa. Porém, isto só foi possível na UNIVILLE e FCJ, já que IESVILLE não autorizou a realização da pesquisa em suas dependências.

Foram distribuídos 350 questionários nas duas IES. Destes, 318 foram devolvidos preenchidos. Após a análise dos pesquisadores, 292 questionários foram validados, número superior aos 242 necessários para validação estatística da pesquisa (erro de 5%). O erro amostral foi recalculado e ficou em 4,2%.

No processo de análise dos dados, primeiramente, foram realizadas as análises descritivas básicas de cada variável, possibilitando-se chegar às primeiras conclusões. Em um segundo momento, foi utilizada a análise multivariada de regressão múltipla linear. Esta técnica permitiu realizar a melhor análise possível dos dados coletados e atingir o objetivo desta pesquisa, qual, seja, identificar os atributos chave que contribuem para a avaliação da qualidade das IES privadas de Joinville, SC.

Para classificar os atributos, utilizou-se o método proposto por Tontini e Silveira (2005). Os autores demonstraram uma forma de avaliar o desempenho, utilizando os resultados do desempenho declarado pelos respondentes e o desempenho calculado estatisticamente via regressão linear múltipla (nota geral como variável dependente e notas dadas aos atributos como variáveis independentes). Atributos que recebem notas próximas ao máximo da escala pelos dois métodos são considerados "chave". Similarmente, atributos que recebem notas próximas ou abaixo da média nos dois métodos são considerados secundários. Aqueles que recebem notas próximas ao máximo da escala no método declarado e notas próximas ou abaixo da média no método estatístico são considerados "básicos". Já os que recebem notas próximas ou abaixo da média no método declarado e notas próximas ao máximo da escala no método estatístico são considerados como "amplificadores".

Análise dos Dados

Inicialmente, analisaram-se as características dos formandos em administração das IES participantes deste estudo. Em um segundo momento, fez-se a análise da qualidade das IES, segundo as percepções dos alunos. Identificou-se os atributos com desempenho mais e menos satisfatório e, em seguida, os atributos que mais contribuem para formar a percepção de qualidade dos alunos quanto a uma IES.

Caracterização dos formandos em administração

A primeira parte da pesquisa buscou caracterizar os alunos formandos dos cursos de graduação em administração das IES privadas de Joinville/SC, sendo este um dos objetivos específicos deste estudo.

Iniciando-se a análise dos dados coletados junto aos alunos formandos, foram caracterizados os respondentes. Essa fase inicial disponibiliza o perfil do aluno que

inicia e realiza completamente o curso de administração, representando, assim, um dado relevante para os gestores das IES. Dos 292 alunos entrevistados, 36% pertencem à UNIVILLE e 64% à FCJ. A caracterização dos alunos é visualizada por meio de diferentes aspectos:

- a idade média dos respondentes é de 25,87 anos (mediana – 24 anos; moda – 21 anos – 42 casos), sendo que o mais jovem conta com 20 anos e o mais maduro, com 45 anos;
- predominância do gênero feminino, com 58% dos alunos que estão concluindo a graduação em Administração, contra 42% do gênero masculino;
- maioria de solteiros (69%), sem filhos (85%), sendo que os casados representam somente 25%, e alunos com filhos (um ou mais) somaram 15% dos respondentes;
- com relação ao local de trabalho, observou-se uma minoria de alunos que ainda não trabalha (9% do total de respondentes); os demais atuam na iniciativa privada, sendo 20% no comércio, 24% na indústria e 41% em serviços, e 6% trabalham na administração pública ou no terceiro setor;
- dos 91% que trabalham, 58% exercem funções operacionais, 7% atuam em cargos de supervisão, 13% são gerentes de nível intermediário, 5% estão locados na alta gerência e/ou diretoria e 8% são proprietários de empresas;
- por fim, ao questionar os entrevistados para saber em que departamento atuam nas organizações onde trabalham, 43% afirmaram que atuam em setores administrativos, 17% em vendas, 11% em finanças, 4% em produção e 16% atuam em outros departamentos (como RH, *marketing*, comércio exterior e qualidade).

Esses resultados indicam que, apesar de iniciarem, em média, o ensino superior mais tarde, os indivíduos formam-se ainda jovens (aproximadamente 26 anos). Poucos se casam ou têm filhos durante a graduação e permanecem em funções operacionais, apesar de a graduação gerar uma expectativa dos formados exercerem liderança no mercado de trabalho. Esses dados convergem com os estudos de Mantovani (1995) e Melo e Borges (2005), em que se discute que a graduação em administração atual não tem formado os líderes que o mercado de trabalho procura e muitos dos bacharéis continuam atuando nas mesmas funções de antes da graduação. O caminho utilizado para o crescimento profissional tem sido a realização de uma pós-graduação *lato sensu*.

Na continuidade das análises dos dados coletados, avaliaram-se os resultados dos atributos encontrados na literatura. Os esforços foram destinados a encontrar os atributos com desempenho mais e menos satisfatório com relação à percepção dos alunos quanto à qualidade das IES pesquisadas, seguindo-se da identificação dos atributos que mais contribuem para a formação da percepção de qualidade de uma IES, na ótica dos alunos.

Identificação dos atributos de melhor desempenho na avaliação da qualidade das IES pesquisadas

Na segunda parte da pesquisa, foram analisados 13 atributos quanto à avaliação da qualidade das IES (Quadro 2). A questão Q14 solicitava ao aluno que avaliasse todos os atributos ligados às IES de uma forma geral (Tabela 1).

Quadro 2 - Atributos para a Avaliação da Qualidade das IES

ATRIBUTOS GERAIS DA IES	
Q1	Estrutura, equipamentos e instalações da IES
Q2	Identificação de oportunidades de melhoria
Q3	Imagem da IES para a comunidade
Q4	Qualidade da IES com relação à inovação
Q5	Qualidade da IES com relação ao foco nos alunos
Q6	Qualidade da IES na visão dos alunos
Q7	Qualidade da IES no desenvolvimento de novos cursos
Q8	Proteção dos alunos a perigos, riscos ou dúvidas
Q9	Vida acadêmica do estudante
Q10	Informações recebidas pelo aluno
Q11	Ofertas extras de cursos e atividades
Q12	Práticas de trabalho dos funcionários da IES
Q13	Equipamentos em geral
Q14	IES de uma forma geral

Tabela 1 - Resultados das Questões Q1 a Q14

ESTATÍSTICAS BÁSICAS					
Variável	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
Média	4,98973	4,75685	5,71233	5,38014	4,94863
Moda	5 (72 casos)	5 (91 casos)	6 (111 casos)	6 (103 casos)	5 (87 casos)
Variância	2,25075	1,35305	1,38088	1,42545	1,51282
Desvio-padrão	1,50025	1,1632	1,17511	1,19392	1,22997
Nota individual	4,99	4,76	5,71	5,38	4,95
ESTATÍSTICAS BÁSICAS					
Variável	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
Média	4,91096	5,2226	4,71918	4,83562	4,72945
Moda	6 (84 casos)	6 (109 casos)	6 (80 casos)	5 (86 casos)	5 (87 casos)
Variância	1,58655	1,4245	1,85214	1,49866	1,35954
Desvio-padrão	1,25958	1,19353	1,36093	1,2242	1,16599
Nota individual	4,91	5,22	4,72	4,84	4,73
ESTATÍSTICAS BÁSICAS					
Variável	Q11	Q12	Q13	Q14	
Média	4,47945	4,67808	4,64041	5,0411	
Moda	4 (85 casos)	4 (85 casos)	5 (64 casos)	6 (95 casos)	
Variância	2,05112	1,6211	2,72592	1,22167	
Desvio-padrão	1,43217	1,27322	1,65104	1,10529	
Nota individual	4,48	4,68	4,64	5,04	

Fonte: dados da pesquisa.

Com base nos resultados alcançados, apresentados na Tabela 1, percebe-se que o atributo imagem da IES para a comunidade (Q3) recebeu as maiores notas, dado também constatado por Alves (2003), Shanahan e Gerber (2004) e Mesquita (2004), os quais observaram que imagem adequada da IES perante a sociedade classifica um curso como sendo de qualidade. Este atributo foi seguido pelo que destacava a qua-

lidade da IES com relação à inovação (Q4) (HIDES; DAVIES; JACKSON, 2004) e pelo que citava a qualidade da IES no desenvolvimento de novos cursos (Q7) (WIKLUND; WIKLUND, 1999; SILVA, 2000). Esses três atributos são considerados como os que melhor caracterizam uma IES, no que se refere à qualidade percebida pelos estudantes. Destaque, também, para os atributos estrutura, equipamentos e instalações da IES (Q1), qualidade da IES com relação ao foco nos alunos (Q5), qualidade da IES na visão dos alunos atuais (Q6) e vida acadêmica do estudante (Q9), com notas muito próximas a 5, atributos importantes para Owlia e Aspinwall (1996), Le Blanc e Nguyen (1997), Olavarrieta, Oliva e Manzur (2003) e Tari (2006).

Esses resultados demonstram que o desempenho adequado de uma IES está baseado na sua imagem para comunidade. A imagem constrói-se com inovação, cursos que atendam as necessidades do mercado, instalações adequadas, foco nos estudantes, satisfação de alunos e um ambiente que possibilite experiências agradáveis aos estudantes. Os indicadores mostram à administração de uma IES como formar a qualidade de sua instituição.

É importante destacar que somente esses itens superaram ou aproximaram-se da média 5. Os demais itens ficaram com notas médias entre 4 e 4,80, o que representa certa neutralidade dos respondentes quanto ao desempenho dos outros seis fatores. Em contrapartida, é importante analisar os fatores que foram avaliados com desempenho inferior ao esperado. O único fator que ficou um pouco distante dos demais foi ofertas extras de cursos e atividades (Q11). Este fator merece uma atenção especial dos gestores das IES envolvidas com a pesquisa, pois indica que os alunos esperam ofertas de mais serviços complementares, como cursos extra-curriculares, atividades extra-curso, entre outros. Aponta-se aí uma certa insatisfação com este quesito.

Analisando-se o resultado da questão Q14, que fez uma avaliação geral da qualidade das IES segundo os alunos, chegou-se a um resultado médio de 5,04, o que equivale a 72% da nota máxima, uma nota satisfatória no cômputo geral, visto que alunos em processo de conclusão da graduação têm uma tendência a ser mais críticos do que alunos que estão começando o seu curso (OLAVARRIETA; OLIVA; MANZUR, 2003). Desta forma, pode-se considerar que o desempenho das IES pesquisadas atende as expectativas dos estudantes, deixando uma imagem de qualidade adequada.

Dando seqüência às análises, primeiro validou-se e testou-se a confiabilidade dos dados (alfa de Cronbach – 0,9264). Com a regressão linear múltipla, procurou-se descobrir quanto representa cada item, do Q1 ao Q13, na composição da nota do item que avalia o conjunto de atributos de forma geral (Q14). Os resultados estão expressos na Tabela 2.

Tabela 2 - Regressão Linear Múltipla dos Itens Q1 a Q14

Coef. correlação r	+0,81878				
Coef. determinação r ²	0,67040				
Signific. ao nível de 5%	Sim				
Erro padrão(resid.)	0,649222				
COEFICIENTES					
Var.	Descrição	Coefficiente	D. Padrão	Estat. t	Sign.
Constante		+0,538031	0,226024	+2,380	Sim
Q1	Estrutura, equipamentos e instalações da IES	+0,00272707	0,0425251	+0,064	Não
Q2	Identificação de oportunidades de melhoria	+0,094217	0,0508546	+1,853	Não
Q3	Imagem da IES para a comunidade	+0,0147243	0,0457033	+0,322	Não
Q4	Qualidade da IES com relação à inovação	+0,0489068	0,0529421	+0,924	Não
Q5	Qualidade da IES com relação ao foco nos alunos	+0,0795622	0,0631559	+1,260	Não

Avaliação da Qualidade de Atributos Específicos de Instituições de Ensino Superior em Cursos Privados de Administração em Joinville, SC

Q6	Qualidade da IES na visão dos alunos	+0,218192	0,0512714	+4,256	Sim
Q7	Qualidade da IES no desenvolvimento de novos cursos	+0,011289	0,0452425	+0,250	Não
Q8	Proteção dos alunos a perigos, riscos ou dúvidas	-0,0459815	0,0434989	-1,057	Não
Q9	Vida acadêmica do estudante	+0,14735	0,0493136	+2,988	Sim
Q10	Informações recebidas pelo aluno	-0,013454	0,0536912	-0,251	Não
Q11	Ofertas extras de cursos e atividades	+0,090464	0,0397745	+2,274	Sim
Q12	Práticas de trabalho dos funcionários da IES	+0,139037	0,0433861	+3,205	Sim
Q13	Equipamentos em geral	+0,147029	0,0363485	+4,045	Sim
Q14	IES de uma forma geral				

t crítico (signif.) = +/-1,96853

Equação de regressão: $Q14 = 0,538031 + 0,00272707 * Q1 + 0,094217 * Q2 + 0,0147243 * Q3 + 0,0489068 * Q4 + 0,0795622 * Q5 + 0,218192 * Q6 + 0,011289 * Q7 - 0,0459815 * Q8 + 0,14735 * Q9 - 0,013454 * Q10 + 0,090464 * Q11 + 0,139037 * Q12 + 0,147029 * Q13$

Excluindo-se os atributos não significativos, constrói-se a nova equação de regressão somente com os atributos significativos:

Nova equação de regressão: $Q14 = 0,823173 + 0,304697 * Q6 + 0,140135 * Q9 + 0,113333 * Q11 + 0,153159 * Q12 + 0,176659 * Q13$

Análise Residual

Nível de signif. = 5%; desvio-padrão residual= 0,649222

(a) CASOS DISCREPANTES (OUTLIERS)

CASO	RESÍDUO (Y)	DESVIOS (Y)	FORÇA (X)
126	+2,48703	3,831	0,102
248	-2,16415	3,333	0,059
284	+2,29299	3,532	0,066

(b) TESTE DE ALEATORIEDADE: n = 292; mediana = -0,0338941; repetições = 154; z = 0,820699; z crítico = -1,64485. Aceita a hipótese de aleatoriedade

(c) TESTE DE ADERÊNCIA KOLMOGOROV-SMIRNOV: D maior = 0,052; D crítico = 0,079; Aceita hipótese de aderência à distribuição normal

(d) TESTE DE HOMOCEDESTICIDADE: t Levene = 0,340854; t crítico = +/-1,96818; Aceita a hipótese de homocedasticidade

Fonte: LHStat (2007)

Na análise dos resultados presentes na Tabela 2, constata-se que os itens Q6 (qualidade da IES na visão dos alunos em geral), Q9 (vida acadêmica do estudante), Q11 (ofertas extras de cursos e atividades pela IES), Q12 (práticas de trabalho dos funcionários da IES) e Q13 (equipamentos em geral da IES) contribuem, significativamente, para a avaliação da qualidade de uma IES. Pode-se, desta forma, classificar os atributos segundo o modelo proposto por Tontini e Silveira (2005), adaptado para o serviço educacional:

- Atributos chave (desempenho declarado e calculado estatisticamente com nota próxima ao máximo da escala) – são os atributos mais representativos na avaliação de qualidade, ou seja, quanto melhores, mais qualidade e vice-versa:
 - o Q6 (qualidade da IES na visão dos alunos em geral);
 - o Q9 (vida acadêmica do estudante);

- Atributos amplificadores (desempenho declarado com nota próxima ou abaixo da média e desempenho calculado estatisticamente com nota próxima ao máximo da escala) – atributos que não impactam na avaliação da qualidade quando ausentes, mas que aumentam a percepção de qualidade quando presentes:
 - o Q11 (ofertas extras de cursos e atividades pela IES);
 - o Q12 (práticas de trabalho dos funcionários da IES);
 - o Q13 (equipamentos em geral da IES);
- Atributos básicos (desempenho declarado com nota próxima ao máximo da escala e desempenho calculado estatisticamente com nota próxima ou abaixo da média) – atributos que não melhoram a percepção de qualidade quando presentes, mas que levam a reduzir a qualidade percebida quando não atendem as expectativas:
 - o Q1 (estrutura, equipamentos e instalações da IES);
 - o Q3 (imagem da IES para a comunidade);
 - o Q4 (qualidade da IES com relação à inovação);
 - o Q5 (qualidade da IES com relação ao foco nos alunos);
 - o Q7 (qualidade da IES no desenvolvimento de novos cursos);
- Atributos secundários (desempenho declarado e desempenho calculado estatisticamente com nota próxima ou abaixo da média) – atributos que não elevam nem diminuem a qualidade percebida: demais atributos (Q2, Q8, Q10).

Em resumo, observa-se que, na visão dos alunos, a qualidade de uma IES baseia-se em uma percepção geral entre os alunos de que a instituição é de qualidade, e que a vida acadêmica dos alunos seja agradável e que propicie uma educação mais completa. Esses fatores chave são os principais formadores da percepção dos alunos quanto à qualidade de uma IES. Para aumentar a percepção de qualidade, surgiram os atributos amplificadores que, neste caso, foram ofertas extras de cursos e atividades pela IES, práticas de trabalho dos funcionários da IES e equipamentos em geral da IES. Aliando-se os atributos chave aos amplificadores, na visão dos alunos, a IES é vista como sendo uma instituição de qualidade.

Também é válido destacar que o mínimo que o aluno espera de uma IES se refere a: estruturas, equipamentos e instalações adequadas; imagem positiva para a comunidade; capacidade de inovação; foco no aluno; e desenvolvimento de novos curso compatíveis com as necessidades do mercado. Tais atributos básicos devem ser considerados pelos gestores das IES, visto que esses fatores são previamente esperados pelos estudantes, que os consideram o mínimo em termos de qualidade de uma IES.

Conclusões e Recomendações

Ao final deste estudo, conseguiu-se avaliar a percepção dos alunos quanto à qualidade das IES que oferecem a graduação em administração em Joinville, SC, tendo sido considerada satisfatória, atingindo uma nota superior a 7. Se for considerado que alunos formandos são mais críticos com seu curso do que alunos que recém iniciaram o mesmo curso (OLAVARRIETA; OLIVA; MANZUR, 2003), pode-se afirmar que a qualidade das instituições que participaram deste estudo está atendendo às expectativas dos alunos.

Os alunos podem ser caracterizados da seguinte forma: maioria feminina, com idade média de 26 anos, solteiros, sem filhos, que já trabalham principalmente na iniciativa privada e exercem funções operacionais em setores administrativos das

organizações onde atuam. Essa caracterização, um dos objetivos específicos deste estudo, leva a algumas conclusões: uma predominância das mulheres na administração, algo já observado em outros estudos (MAINARDES; DESCHAMPS; DOMINGUES, 2006); apesar da maioria dos alunos já trabalharem, formam-se ainda jovens (26 anos); mesmo atuando em funções administrativas nas organizações onde trabalham, continuam exercendo funções operacionais, ou seja, esperava-se que formandos em administração já estivessem exercendo funções de liderança por terem realizado praticamente todo o curso de administração - mas, o que se observou é que a graduação não garante o crescimento profissional dos indivíduos. Este resultado corrobora os estudos de Mantovani (1995) e Melo e Borges (2005).

Quanto à percepção de qualidade das IES que oferecem a graduação em administração em Joinville, percebeu-se que os atributos de melhor desempenho na visão dos alunos, objetivo específico deste estudo, são mais relacionados à imagem da IES na comunidade, à inovação e ao desenvolvimento de novos cursos. Este é um indicador adequado para as instituições envolvidas na pesquisa, pois os respondentes identificaram que os alunos reconhecem a imagem de qualidade que as instituições transmitem para a sociedade, sendo que tal imagem está alicerçada em inovação, cursos úteis para o mercado de trabalho, estruturas adequadas, foco nos alunos, satisfação dos atuais estudantes e uma ambiente que proporciona uma vida acadêmica agradável. Já o desempenho menos satisfatório, também objetivo específico deste estudo, referiu-se a ofertas extras de cursos e atividades, o que merece uma avaliação especial por parte dos gestores das IES pesquisadas, no que diz respeito a esse quesito. Porém, não se pode considerar que seja um desempenho abaixo do esperado, afinal a nota recebida está muito mais próxima da neutralidade.

Por fim, o reconhecimento dos atributos chave (qualidade da IES na visão dos alunos em geral; vida acadêmica do estudante), amplificadores (ofertas extras de cursos e atividades pela IES; práticas de trabalho dos funcionários da IES; equipamentos em geral da IES), básicos (estrutura, equipamentos e instalações da IES; imagem da IES para a comunidade; qualidade da IES com relação à inovação; qualidade da IES com relação ao foco nos alunos; qualidade da IES no desenvolvimento de novos cursos), e neutros ou secundários (demais atributos) na formação da percepção da qualidade de uma IES que oferece a graduação em administração auxilia os gestores das IES a entenderem o que espera o aluno e como superar suas expectativas. Afinal, estes indivíduos estão formando-se em administração e possuem diversos conhecimentos a respeito da gestão de uma organização, sendo críticos com a IES quando esta comete deslizos ligados à qualidade da instituição, algo como "ensina mas não pratica". Em IES que oferecem a graduação em administração, os cuidados com a qualidade da instituição são mais necessários por ter alunos com conhecimentos suficientes para avaliar a qualidade de uma instituição.

Como limitações à pesquisa realizada, é importante ressaltar que envolveu somente uma cidade. A generalização para outras regiões requer cuidados quanto às características da cultura local. Outro fator limitante é que das cinco IES que oferecem a graduação em administração, duas IES ainda possuem cursos recentes e uma IES não autorizou a realização da pesquisa. É possível que no futuro, com uma pesquisa junto aos formandos das cinco IES, aconteça alguma alteração com relação aos resultados apresentados aqui.

Desta forma, a contribuição pretendida por este estudo remete-se ao entendimento da visão dos alunos quanto a suas percepções do que seja uma IES de qualidade. Os resultados apresentados podem ser importantes indicadores para os gestores de outras IES no sentido de medirem as expectativas dos seus alunos quanto à qualidade da instituição. Portanto, recomenda-se a replicação da mesma pesquisa apresentada aqui em outras regiões e IES para uma comparação dos resultados, possibilitando delinear as características desejáveis para se obter uma IES de qualidade adequada à percepção dos alunos.

Referências

ABDULLAH, Firdaus. Measuring service quality in higher education: HEDPERF versus SERVPERF. *Marketing Intelligence & Planning*, v. 24, n. 1, p. 31-47, 2006.

ALFINITO, Solange; GRANEMANN, Sérgio R. Escolha de uma IES em função da utilidade do usuário potencial: o estudante. In: ROCHA, Carlos H.; GRANEMANN, Sérgio R. (Org.). *Gestão de Instituições Privadas de Ensino Superior*. São Paulo: Atlas, 2003. p. 93-103.

ALVES, Helena M. B. *Uma abordagem de marketing à satisfação do aluno no ensino universitário público*: índice, antecedentes e conseqüências. 2003, 286f. Tese (Doutorado em Gestão) – Departamento de Gestão e Economia, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2003.

BARBETTA, Pedro A. *Estatística aplicada às ciências sociais*. Florianópolis: Ed. UFSC, 2003.

CARVALHO, Luiz F. F. *Os valores pessoais na decisão pela escola dos filhos*. 2001, 120f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração – CEAD, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

HAIR Jr., Joseph F.; BABIN, Barry; MONEY, Arthur H.; SAMOUEL, Phillip. *Fundamentos e métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HIDES, Michael T.; DAVIES, John; JACKSON, Sue. Implementation of EFQM excellence model self-assessment in the UK higher education sector – lessons learned from other sectors. *The TQM Magazine*, v. 16, n. 3, p. 194-201, 2004.

INEP. *Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais*. 2007. Disponível em <<http://www.inep.gov.br/>>. Acesso em: 10/05/2007.

JACOB, Rita de C. G. *Avaliação institucional e indicadores de qualidade nos cursos superiores*. 2003. 231f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

LEBLANC, Gerard; NGUYEN, Nill. Searching for excellence in business education: an exploratory study of customer impressions of service quality. *International Journal of Educational Management*, v. 11, n. 2, p. 72-79, 1997.

MAINARDES, Emerson W. *Atração e retenção de alunos em cursos de graduação em administração das instituições particulares de ensino superior de Joinville, SC*. 2007. 332f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2007.

_____; DESCHAMPS, Marcelo, DOMINGUES, Maria J. C. de S. As expectativas de graduandos em administração quanto a pós-graduação na modalidade especialização In: ENCONTRO NACIONAL DE CURSOS DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 17., 2006, São Luís. *Anais...* São Luís: ANGRAD, 2006.

MANTOVANI, Neodir O. Avaliação do ensino de administração na perspectiva de egressos e dirigentes de empresas. In: ENCONTRO NACIONAL DE CURSOS DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 6., 1995, Natal. *Anais...* Natal: ANGRAD, 1995.

MELO, Simone L. de; BORGES, Livia de O. Transição universidade-mercado de trabalho na ótica do jovem. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29., 2005, Brasília. *Anais...* Brasília: ANPAD, 2005.

MESQUITA, Roberto de B. *O exame nacional dos ensinos médio e superior: uma avaliação comparativa dos resultados*. 2004, 81f. Dissertação (Mestrado em

Engenharia Mecânica) – Programa de Pós Graduação em Engenharia Mecânica, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

MICHAEL, Steve O. American higher education system: consumerism versus professorialism. *International Journal of Education Management*, v. 11, n. 3, p. 117-130, 1997.

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.

OLAVARRIETA, Sergio; OLIVA, Ismael; MANZUR, Enrique. Medición de la calidad de servicios en la educación superior de negocios en Chile: un estudio comparativo de modelos SERVPERF – SERVQUAL. In: CLADEA, 38., 2003, Lima/Peru. *Anais...* Lima: CLADEA, 2003.

OWLIA, Mark; ASPINWALL, Ernest. A framework for the dimensions of quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, v. 4, n. 2, p. 12-20, 1996.

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.

PLANALTO, Palácio do. 2007.. *Lei número 9.394, de 20 de dezembro de 1996*. Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/CCNILI_03/leias/L9394.htm>. Acesso em: 08 maio 2007.

REINERT, José N.; REINERT, Clio. Estudante não é cliente: é parceiro. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29., 2005, Brasília. *Anais...* Brasília: ANPAD, 2005.

SEEMAN, Elaine D.; O'HARA, Margaret. Customer relationship management in higher education using information systems to improve the student-school relationship. *Campus-Wide Information Systems*, v. 23, n. 1, p. 24-34, 2006.

SHANAHAN, Peter; GERBER, Rod. Quality in university student administration: stakeholder conceptions. *Quality Assurance in Education*, v. 12, n. 4, p. 166-174, 2004.

SILVA, Ana C. B. Elementos para desenvolver um projeto próprio de avaliação institucional. In: SEMINÁRIO GESTÃO DE IES: da teoria à prática. 2000, Brasília. *Anais...* Brasília: Funadesp, 2000. 148 p.

SILVA, Walmir R. da; BRANDÃO JUNIOR, Roberto D.; SOUTO, Jackson V.; SILVA JUNIOR, Nelson A. da. Escolha do curso de administração: uma análise comparativa entre uma instituição pública e uma instituição privada. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29., 2005, Brasília. *Anais...* Brasília ANPAD, 2005.

TARI, Juan J. An EFQM model self-assessment exercise at a Spanish university. *Journal of Educational Administration*, v. 44, n. 2, p. 170-188, 2006.

TONTINI, Gerson; SILVEIRA, Amélia. Identificação de atributos críticos de sucesso em produtos e serviços: uma alternativa a análise de importância X desempenho. In: BALAS, ANNUAL CONFERENCE, 2005, Madrid/Espanha. *Anais...* Madrid: Balas 2005

TURETA, César; ROSA, Alexandre R.; OLIVEIRA, Virgílio C. da S e; ANTONIALLI, Marcelo. Avaliação crítica de serviços educacionais: o emprego do modelo SERVQUAL. In: ENCONTRO DE MARKETING, 2., 2006, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, 2006.

VIEIRA, Paulo R. Avaliação institucional e acadêmica: tendências nos Estados Unidos e no Brasil. In: MEYER Jr., Victor; MURPHY, J. Patrick (Org.). *Dinossauros*,

gazelas & tigres: novas abordagens da administração universitária, um diálogo Brasil EUA. 2 ed. ampliada. Florianópolis: Insular, 2003. p. 151-171.

WALTER, Silvana A.; TONTINI, Gerson; DOMINGUES, Maria J. C. S. Identificando oportunidades de melhoria em um curso superior através da análise da satisfação dos alunos. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29., 2005, Brasília. *Anais...* Brasília: ANPAD, 2005.

WIKLUND, Pia S.; WIKLUND, Hakan. Student focused design and improvement of university courses. *Managing Service Quality*, Berford, v. 9, n. 6, p. 434-443, 1999.

Artigo recebido em 02/09/2009.

Última versão recebida em 04/07/2010.

Artigo aprovado em 01/12/2010.