

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

Fernanda Cândida dos Santos

**PROSPECÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES PARA O CURSO DE
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA DA FACE/UFMG:**
Satisfação dos clientes do curso.

Belo Horizonte
2013

Fernanda Cândida dos Santos

**PROSPECÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES PARA O CURSO DE
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA DA FACE/UFMG:**
Satisfação dos clientes do curso.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao centro de Pós Graduação em Gestão Estratégica da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção de certificado de Especialista em Gestão Estratégica.

Orientador: Antônio Del Maestro Filho, PhD.

**Belo Horizonte
2013**

RESUMO

O trabalho realizado foi uma pesquisa de marketing que buscou avaliar a satisfação dos clientes do Curso de Especialização da FACE/UFMG.

Trata-se de um trabalho descritivo com análises quantitativas dos dados que foram coletados através de um questionário, instrumento desenvolvido para viabilizar a essa pesquisa.

Os dados foram coletados durante o mês de maio e junho de 2013 nas turmas do Curso de Especialização da FACE/UFMG.

Com o intuito de atingir os objetivos específicos, procurou-se investigar o grau de satisfação dos clientes do Curso de Especialização, identificar as necessidades e preferências dos mesmos, pesquisar seus hábitos e outras questões de interesse.

Dentre as principais conclusões cabe ressaltar que os clientes/alunos do Curso de Especialização demonstraram bastante satisfação ao que se refere ao conhecimento e didática dos professores do CEGE, porém até pela política da própria empresa, em incentivar e buscar pesquisadores a instituição não está possibilitando que os mesmos possam vivenciar o que o mercado atual está buscando.

Palavras-chave: Satisfação, fidelização.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Distribuição dos alunos por sexo.....	31
FIGURA 2	Expectativa do aluno em relação ao curso	32
FIGURA 3	Plano de ensino no início das aulas	33
FIGURA 4	Domínio do professor - conteúdo da matéria e atualização	33
FIGURA 5	Bom relacionamento professor x aluno	34
FIGURA 6	Didática do professor para aprendizagem.....	34
FIGURA 7	Carga horária da disciplina é seguida corretamente	35
FIGURA 8	Recursos didáticos utilizados na pesquisa	35
FIGURA 9	Compatibilidade da avaliação da aprendizagem com o conteúdo.....	36
FIGURA 10	Diversidades de instrumentos de avaliação do conhecimento	36
FIGURA 11	Assiduidade dos alunos as aulas	37
FIGURA 12	Interesse da turma em relação a disciplina.....	37
FIGURA 13	Compatibilidade de carga horária da disciplina	38
FIGURA 14	Qualidade do material didático indicado para disciplina	38
FIGURA 15	Repetição de conteúdos em outras disciplinas	39
FIGURA 16	Satisfação do aluno sobre a aprendizagem.....	39
FIGURA 17	Acesso ao campus.....	40
FIGURA 18	Ambiente acústico da sala de aula	40
FIGURA 19	Recursos Audiovisuais utilizados.....	41
FIGURA 20	Instalações da cantinha do prédio.....	41
FIGURA 21	Diversidade dos produtos oferecidos na cantina	42
FIGURA 22	Espaço físico do Campus	42
FIGURA 23	Serviços de segurança no Campus.....	43
FIGURA 24	Disponibilidade de periódicos da biblioteca	43
FIGURA 25	Periódicos suficientes para os alunos.....	44

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	Graduação dos alunos.....	30
GRÁFICO 2	Instituição de Graduação	31

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	08
1.1 Tema e Problema.....	09
1.2 Objetivos.....	09
1.2.1 Objetivo Geral.....	09
1.2.2 Objetivos Específicos.....	09
2. REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 Pós-Graduação Lato Sensu e Stricto Sensu	10
2.2 A Empresa.....	11
2.3 Histórico.....	11
2.4 Negócio.....	12
2.4.1 Missão	13
2.4.2 Público Alvo	14
2.5 Plano de Comunicação	14
2.5.1 Eficiência de Comunicação	15
2.6 Análise da situação.....	16
2.6.1 Análise interna: pontos fortes e pontos fracos.....	17
2.6.2 Análise externa: oportunidades e ameaças	20
2.6.3 Concorrentes diretos e indiretos.....	21
2.6.4 Diagnóstico de marketing.....	22
2.7 Objetivos de marketing.....	25
2.7.1 Objetivos específicos.....	25
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	26
3.1 Metodologia do estudo	26
3.2 Primeira etapa.....	26
3.3 Segunda etapa.....	27
4. RESULTADOS DA PESQUISA.....	29
4.1 Coleta e análise de dados	29
4.1.1 Formação na Graduação	30
4.1.2 Sexo.....	30
4.1.3 Instituição onde se graduou	31
4.1.4 Sobre o curso	32

4.1.5 O curso está correspondendo às suas expectativas	32
4.1.6 Desempenho docente e disciplinas do curso	32
4.1.7 O professor apresenta o plano de ensino	32
4.1.8 O professor domina o conteúdo e está atualizado	33
4.1.9 O professor tem bom relacionamento	34
4.1.10 A didática do professor contribui para a aprendizagem	34
4.1.11 A totalidade dos conteúdos é cumprida adequadamente	35
4.1.12 Os recursos didáticos utilizados	35
4.1.13 Há compatibilidade da aprendizagem	36
4.1.14 Há diversidade de instrumentos de avaliação	36
4.1.15 A turma é assídua as aulas	37
4.1.16 Há interesse da turma na aprendizagem	37
4.1.17 A carga horária é compatível com o conteúdo	38
4.1.18 O material didático indicado	38
4.1.19 Há repetição de conteúdos	39
4.1.20 Você está satisfeito com a aprendizagem	39
4.1.21 Sobre a infra-estrutura	40
4.1.22 O campus oferece condições adequadas	40
4.1.23 O ambiente para as aulas é apropriado	40
4.1.24 Os recursos de (TV, DVD), são adequados	41
4.1.25 A cantina oferece serviços satisfatórios	41
4.1.26 A cantina oferece qualidade nos produtos	42
4.1.27 O espaço físico do campus	42
4.1.28 Os serviços de segurança no campus	43
4.1.29 A biblioteca dispõe dos livros básicos	43
4.1.30 A biblioteca dispõe de títulos suficientes	44
4.1.31 O que precisa ser melhorado	44
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES	45
REFERÊNCIAS	47
ANEXO	49