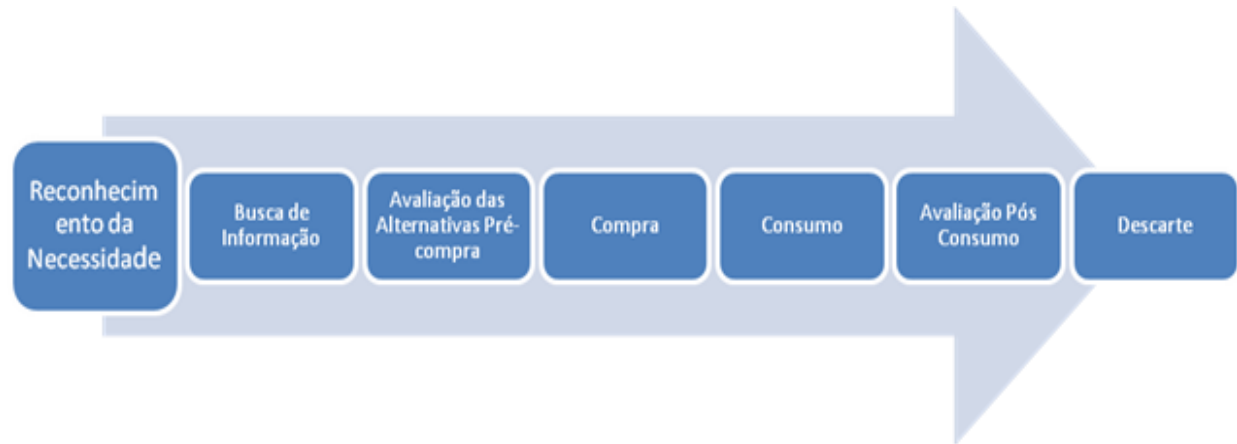


O PROCESSO DE DECISÃO DO CONSUMIDOR DA EDUCAÇÃO EAD: O CASO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO DO NORTE DO PARANÁ

- **Victor Vinicius Biazon - Centro Universitário de Maringá**
- Ednilson Barbosa de Oliveira - Centro Universitário de Maringá
- Cecilia Adriana da Silva - Centro Universitário de Maringá
- Renata Ramos Pavan Terra - Centro Universitário de Maringá
- Wainer Cristiano Cancian - Centro Universitário de Maringá
- Simone Oliveira dos Santos Cardoso - Centro Universitário de Maringá
- Fernando Alberto Jorgeto - Centro Universitário de Maringá
- Deivison Augusto dos Santos Domingues - Centro Universitário de Maringá

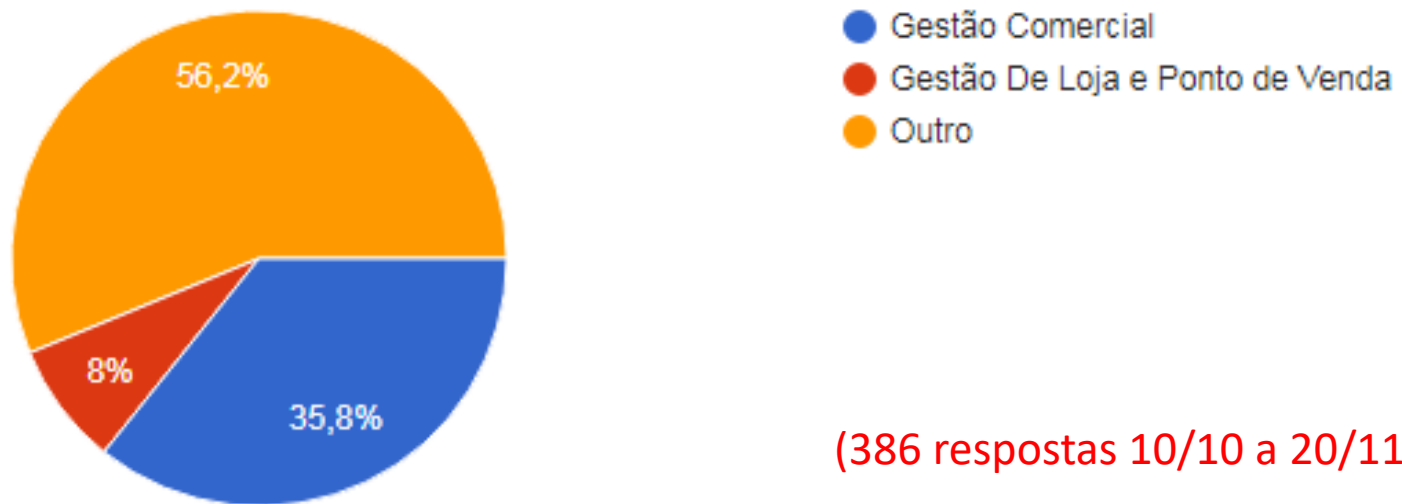
- **Objetivo:**
- Conhecer o processo individual de decisão dos alunos EAD de uma IES ao localizada no Norte do estado do Paraná



- **Justificativa:**
 - Conhecer como alunos compararam as IES (ead)
 - Elaborar novas estratégias de retenção de alunos;
 - Valorizar o que foi considerado como positivo nesta escolha; e
 - Ampliar suas formas de contato melhorando os pontos negativos apontados.

Procedimentos metodológicos

- Desenhou-se como descritiva e bibliográfica;
- Com coleta de dados quantitativa a partir de questionário eletrônico disseminado dentro da estrutura da IES;
- Amostra (não representativa) somou 386 participações de 16 estados do Brasil;



(386 respostas 10/10 a 20/11)

SOCIOECONÔMICO

16 ESTADOS: MT; PR; PR, MG; RO; ES; RS, PE; RJ; PA; TO; AL; SP; MA; DF; BA;

CIDADES: Várzea Grande; Curitiba; Blumenau; Teófilo Otoni; São José; Belo Horizonte; Maringá; Balneário Camboriú; Jarú; Arapongas, Aracruz; Porto Alegre; Caxias do Sul; Campo Grande; Varginha; Apucarana, Sinop; Contagem; Indaiatuba; São Bento do Sul; Marabá; Palmas; Florianópolis; Foz do Iguaçu; Tijuca; Rio Grande; Gravataí; Presidente Prudente; Arapiraca; Eldorado dos Carajás; Ponta Grossa; Imperatriz; Londrina; Brasília; Guarapuava; Betim; Xanxerê; Santa Maria; Campinas; São Paulo; Caruaru; Primavera do Leste; Imbituba; Ribeirão das Neves; Goioerê; Duque de Caxias; Pelotas; Ji-Paraná; Luziânia; Arapiraca; Patrocínio; Pará de Minas; Bagé; Suzano; Pinhais; Guarulhos; Divinópolis; Ourinhos; Rondonópolis; Mauá; Marília; Campo Mourão; Ribeirão das Neves; Planaltina; Barreiras; Taguatinga; Alvorada; Pato Branco; Vitoria da Conquista; Belém; São Gonçalo; Juazeiro; Chapecó; União da Vitória; São Leopoldo; Brusque; Barbosa Ferraz; Astorga; Colombo; Lucas do Rio Verde; Goioerê; Poços de Caldas;

SOCIOECONÔMICO

Podemos dizer, quanto ao perfil socioeconômico que a maior parte dos alunos são:

- Gênero equilibrado entre masculino e feminino;
- Temos alunos jovens e adultos com médias maiores concentradas entre 19 a 25 anos e acima dos 38 anos (possuem necessidades e expectativas diferentes);
- A maior parte teve origem escolar pública e terminaram o ensino médio a mais de 7 anos.
- Possuem relacionamento estável, sem filhos e trabalhando em tempo integral com remuneração de até R\$ 4.000,00* pagam pelos próprios estudos. (a renda da casa se concentra para as necessidades do casal e por trabalharem o dia todo acabam optando pela metodologia EAD.)

FATORES INFLUENCIADORES

11 - DIFERENÇAS PESSOAIS - Por qual desses motivos(o de maior força) lhe fez ou incentivou a ingressar na faculdade?

386 respostas



Dentre os fatores pessoais, os itens OCUPAÇÃO E CIRCUSTANCIAS PESSOAIS são mais importantes do que a fase da vida.

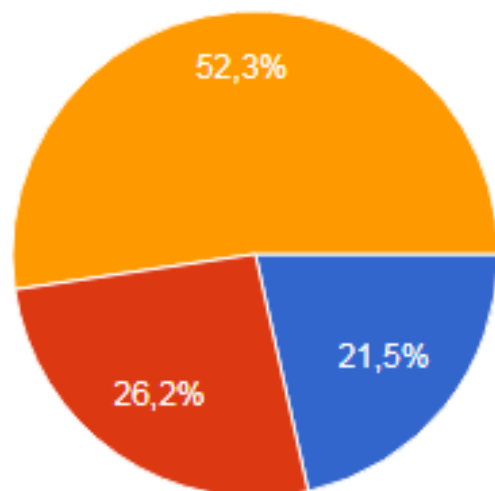
Tempo - Idade e estágio no ciclo de vida:

Processos psicológicos

FATORES INFLUENCIADORES

12 - PROCESSOS PSICOLÓGICOS - O fato de ter escolhido cursar o ensino superior está mais ligado a:

386 respostas



- querer adquirir conhecimento;
- percepção de que é necessário ter formação superior;
- minha formação pessoal e profissional faz parte de quem eu sou ou quero ser

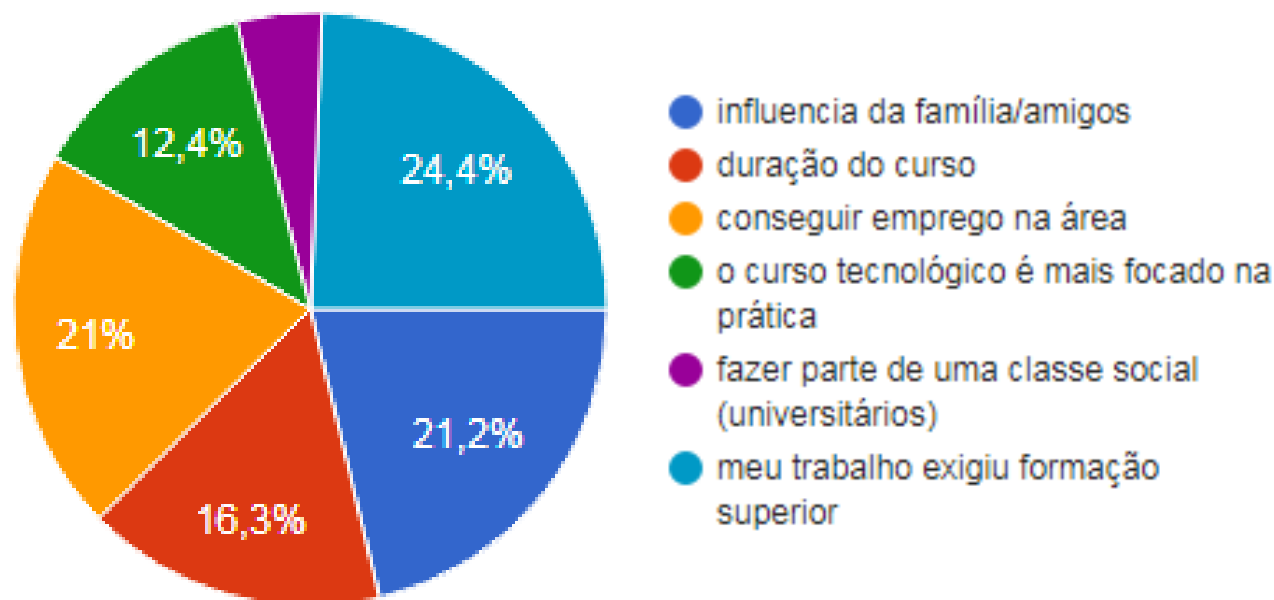
Autoconceito, conforme Solomon (2008, p. 176,) está fortemente ligado as “crenças de uma pessoa sobre seus próprios atributos e ao modo como ela avalia essas qualidades”.

Processos psicológicos trata-se do que motiva a ação, de como percebe o ambiente ao seu redor, os estímulos, suas experiências através da aprendizagem e memória. Aborda a **Personalidade, atitude, estilo de vida, valores, motivação, percepção, aprendizagem, envolvimento, AUTOCONCEITO.**

FATORES INFLUENCIADORES

13 - INFLUENCIADORES EXTERNOS - Dentre essas alternativas, qual a principal que o levou a se decidir cursar uma faculdade?

386 respostas



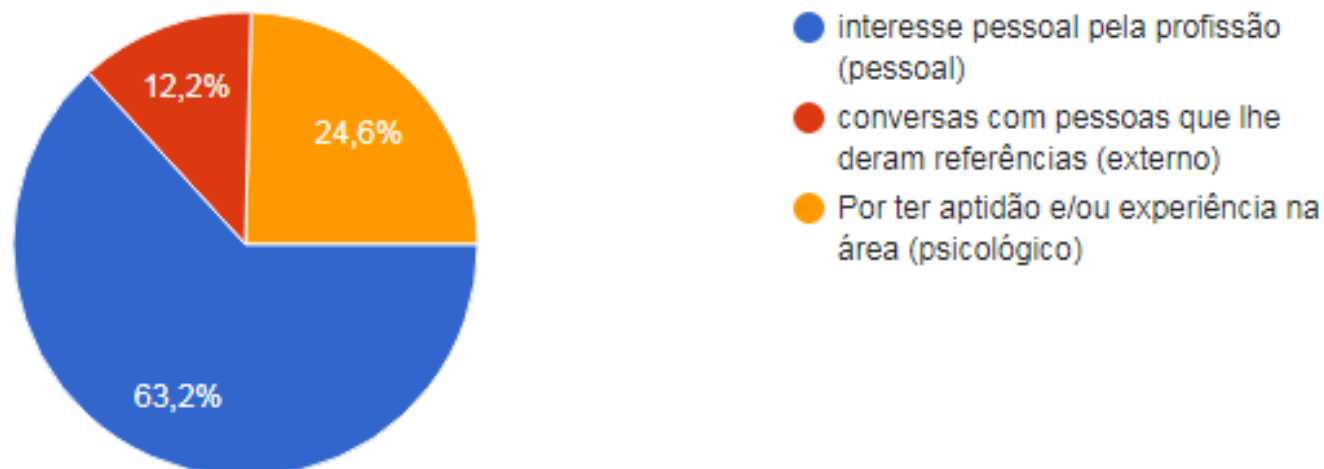
A SITUAÇÃO, como influencia AMBIENTAL dizem respeito a alteração de comportamento em determinadas situações momentâneas.

Envolvem influência do **GRUPO DE REFERÊNCIA**, a classe social, papéis e status e os efeitos da cultura e das subculturas, **FATORES AMBIENTAIS** e **SITUACIONAIS** no comportamento de compra.

O ato de compra pode ser visto como uma interação de duas vias, na qual as SITUAÇÕES dos consumidores se relacionam com fatores pessoais, ou com o tipo de produto oferecido.

14. Porque escolheu o seu curso?

386 respostas

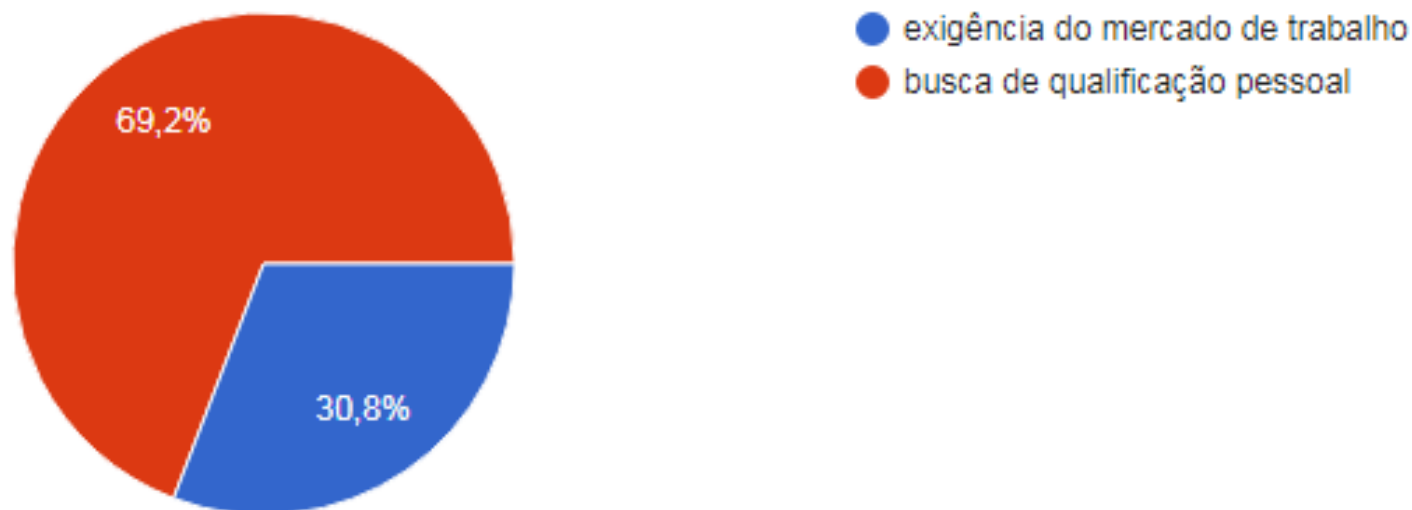


Percebemos que por mais que tenhamos fatores externos e psicológicos, o de maior incidência recai sobre os FATORES PESSOAIS

RECONHECIMENTO DA NECESSIDADE

15 - Como percebeu a necessidade de fazer uma faculdade (Etapa 1)?

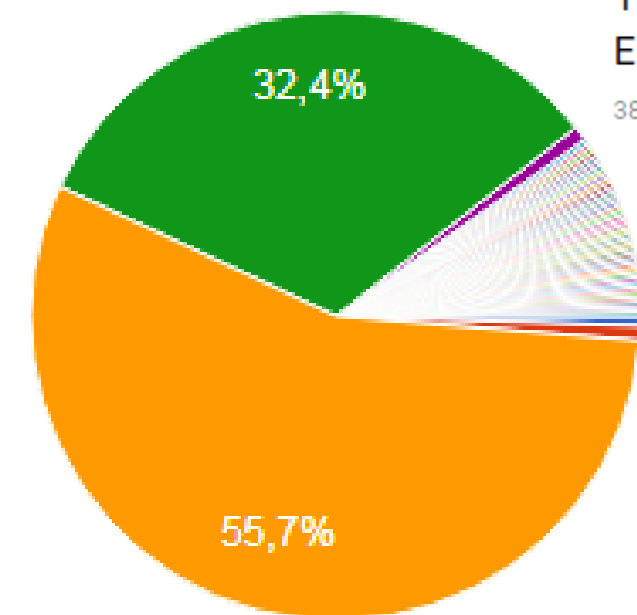
386 respostas



BUSCA DE INFORMAÇÃO

16 - Como Buscou informações sobre as opções de Instituições de Ensino Superior (Etapa 2)?

386 respostas



- televisão
- rádio
- internet/mídias sociais
- amigo/conhecidos/parentes

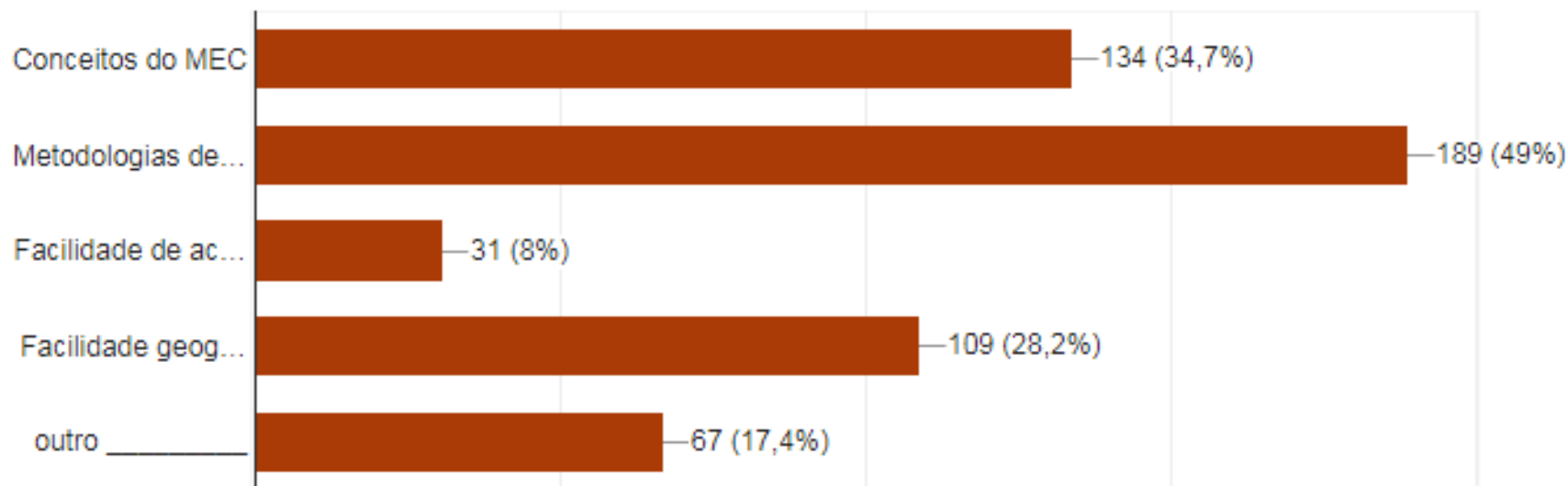
- Propri Unicesumar
- Local de trabalho
- internet
- Placa na fachada do polo.
- Planfleto
- Opção 6
- moro na cidade
- TRABALHO NO POLO DE APOIO...

- Parceria da Unicesumar com a emp...
- Empresa que trabalho
- Através de panfletos e conversas c...
- Parceria da empresa pela qual trab...
- ação do polo na empresa
- ProUni
- Internet/amigo/conhecidos
- Funcionários da empresa se aprese...
- Sou ex aluno no presencial
- por
- ieco Maringa PR
- Sou ex aluna da presencial
- Ação da Unicesumar no meu trabalho
- Pesquisa por telefone.

AValiação DAS ALTERNATIVAS

17 - Dentre as opções que levantou, o que fez diferença na sua escolha pela EAD-UNICESUMAR (Etapa 3)?

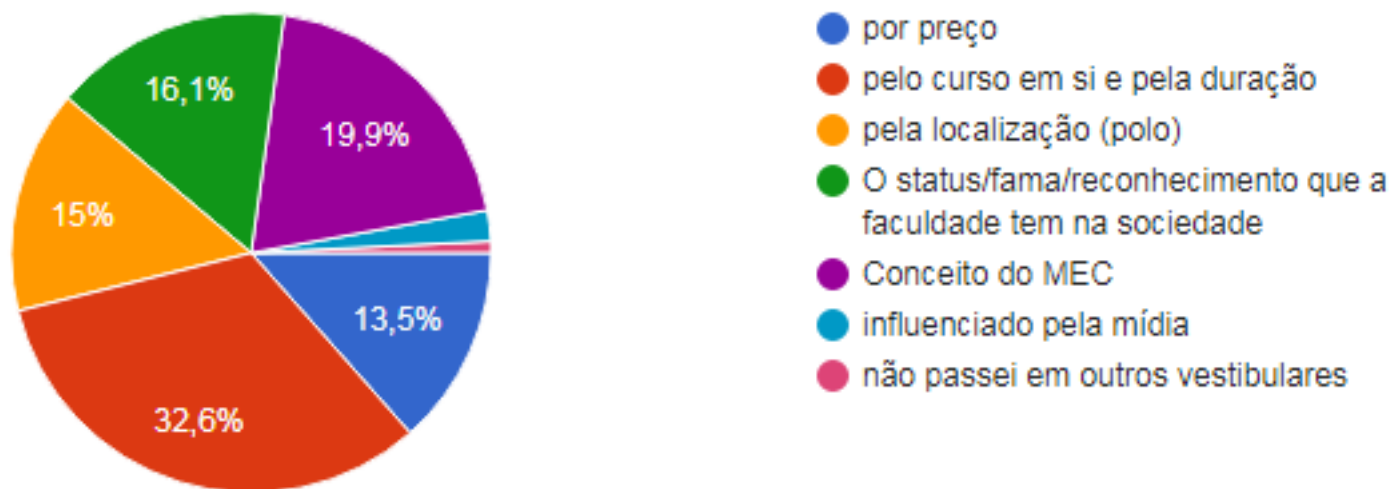
386 respostas



COMPRA

18 - Como você selecionou a EAD-UNICESUMAR e não outra Instituição (etapa 4)?

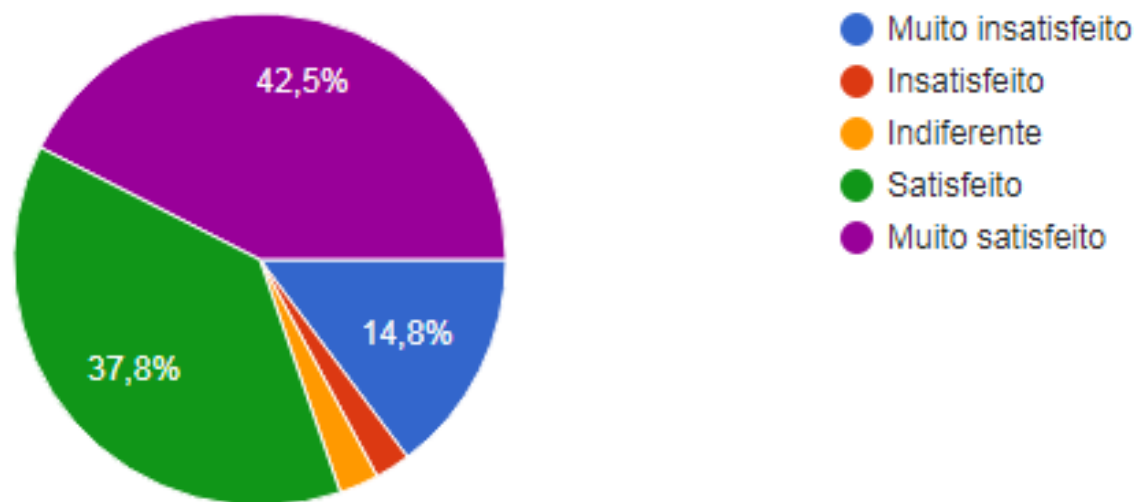
386 respostas



CONSUMO E AVALIAÇÃO PÓS-CONSUMO

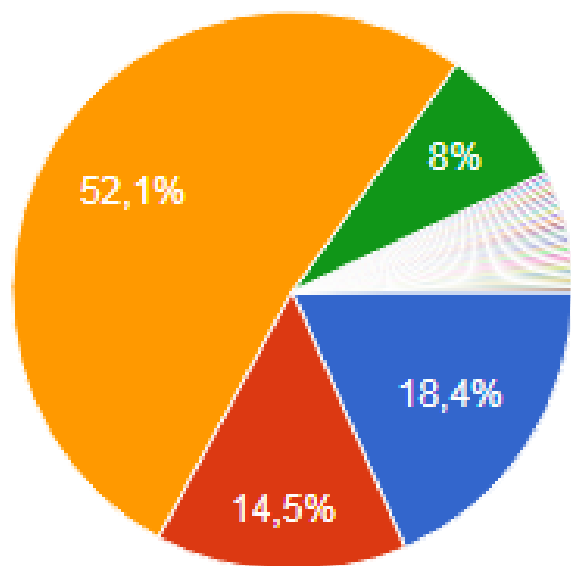
19 - Em geral, qual é o seu grau de satisfação com a formação que você recebeu/está recebendo por parte da EAD-UNICESUMAR (Etapas 5 e 6)?

386 respostas



DESCARTE 20 - O que faria você descartar a EAD-UNICESUMAR (etapa 7)?

386 respostas



- insatisfação com professores/media...
- insatisfação com metodologia de en...
- problemas financeiros
- oferta de melhores condições em o...
- Se não mantiverem o ensino propo...
- qualquer impossibilidade
- a falta de considerações de atividad...
- Insatisfação com os conteúdos tran...

- injustiça
- nada mim fara descartar oportunida...
- nada .oportunidade unica nao se d...
- Não vejo razão
- O atendimento não ser personalizado
- caso precise de mais tempo e não...
- Não atendimento a minhas expecta...
- Poucas opções de cursos para a re...

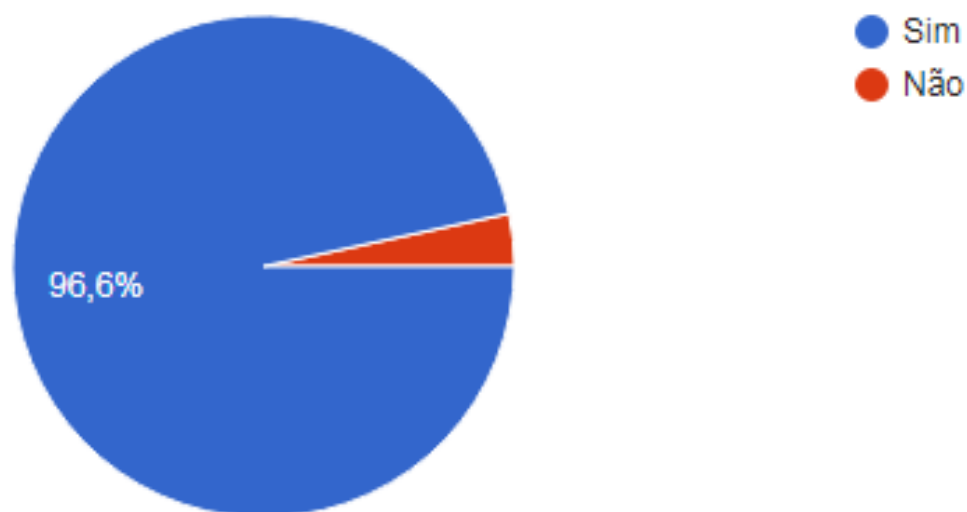
- Acredito que as avaliações deveria...
- Considerações.
- NÃO DESCARTARIA
- Mudança de região. Para uma cida...
- Ausência de uma interação melhor...
- Não conseguir me organizar com m...
- Não até o momento nenhuma insati...
- PRETENDO NÃO DESCARTAR

- Mudança de cidade
- Tempo
- PROVA MUITO DIFICIL
- PERCA DA BOLSA
- Nenhuma
- Por falta de tempo mesmo. É bem corrido.
- tempo

DESCARTE

21 - Você faria um curso de pós-graduação na EAD-UNICESUMAR (etapa 7)?

386 respostas



- Conhecer o processo individual de decisão dos alunos EAD-UNICESUMAR pela IES a fim de tornar possível a elaboração de um perfil geral.
- O perfil sugere alunos em idade acadêmica de maturidade e interesses pessoais e profissionais, que buscam colocação no mercado de trabalho, são influenciados por pessoas ao seu redor e pelas circunstâncias pessoais, sobretudo, “tempo” e particularização de seus resultados.

- Com base nesses resultados....
- Que estratégias você sugere para que a Unicesumar mantenha e/ou maximize seu posicionamento diante do mercado (concorrente e consumidor) pensando em atender aos anseios deste perfil de consumidor?