

**DIAGNÓSTICO DE SATISFAÇÃO NO INSTITUTO  
SUPERIOR D. DINIS**

**Instrumento de Auto-Avaliação do ISDOM**

**Instituto Superior D. Dinis**

**Marinha Grande**

**2013**

**DIAGNÓSTICO DE SATISFAÇÃO INTERNA NO  
INSTITUTO SUPERIOR D. DINIS**

**Realizado por:**

**VITOR MANUEL FERREIRA**

**com a colaboração e orientação da Professora  
Doutora Sandra Deolinda Figueiredo  
e acompanhamento da Direção do ISDOM**

**Instituto Superior D. Dinis**

**Marinha Grande  
2013**

## Resumo

O trabalho realizado teve como principal objectivo realizar o diagnóstico de Satisfação dos alunos no Instituto Superior D. Dinis.

Este inquérito recolheu informação sobre a satisfação dos estudantes relativamente ao ensino e cursos, instalações e equipamentos, serviços prestados pelo ISDOM e experiência e desenvolvimento pessoal e insere-se num processo de qualidade e melhoria contínua promovido pelo ISDOM.

Numa fase posterior, pretende-se proceder a melhorias em todo o processo, com vista ao aumento da qualidade dos serviços prestados

O presente trabalho integra-se na fase de diagnóstico, estando inserido num programa de Qualidade e melhorias contínuas

A análise de diversos estudos nacionais e internacionais demonstrou que o nível de satisfação dos alunos é um excelente indicador da imagem e percepção que estes têm das Instituições de Ensino Superior, da sua lealdade e sensação de pertença com a mesma e também são um bom indicador da Instituição em si, indicando claramente quais os pontos fortes e fracos da mesma.

Para a realização do diagnóstico de satisfação dos alunos do ISDOM foi realizado um inquérito por questionário que foi aplicado a todos os alunos. Os resultados foram comunicados à Direcção do ISDOM por meio electrónico e em versão impressa. A análise detalhada dos resultados permitiram identificar que a satisfação geral com todos os factores analisados é positiva mas revela que a nível dos “Edifícios e equipamentos” existe uma grande fragilidade, sendo a questão dos equipamentos informáticos a mais premente, sendo classificada negativamente por todos os cursos e faixas etárias.

Palavras-chave: Satisfação; Diagnóstico; ISDOM.

## Índice

Resumo .....	3
Introdução.....	5
1. Fundamentação teórica .....	7
1.1 Estudos analisados .....	11
1.2 O Instituto Superior D. Dinis .....	11
2. Diagnóstico sobre a satisfação dos alunos do ISDOM .....	13
2.1 Metodologia.....	13
2.2 Objectivos .....	13
2.3 Amostra.....	13
2.4 Instrumentos.....	13
2.5 Análise Psicométrica (Fiabilidade e Validade) .....	14
2.6 Análise de Dados .....	15
3 Resultados.....	15
4 Discussão dos Resultados .....	43
4.1 Recomendações .....	47
5 Limitações do Estudo .....	47
6 Conclusão .....	48
Bibliografia .....	50
Anexos.....	51
Alpha de Cronbach's .....	51
Análise Factorial.....	53
Questionário .....	55

## Introdução

“As prestadoras de serviços, incluindo as do ensino superior, cada vez mais reconhecem que os seus clientes e alunos atualmente desfrutam de um amplo número de alternativas, e que a sua satisfação está diretamente relacionada à qualidade do serviço prestado. A satisfação envolve o atendimento das expectativas dos acadêmicos e seu atendimento é condição determinante para a qualidade e perpetuidade das Instituições de Ensino Superior (IES).

Segundo Schreiner (2009) ao contrário das demais empresas que possuem como objetivo a satisfação em si, as IES geralmente percebem a satisfação como um meio para um fim. De uma forma geral tendem a se preocupar com a satisfação do aluno devido ao seu potencial impacto sobre a motivação dos discentes, sua retenção e por fim a manutenção dos fundos garantidores da perpetuidade da instituição. Mas, como Astin (1977) afirmou a mais de três décadas atrás: há dificuldade de discutir a satisfação do aluno pela possibilidade de estar subordinada a qualquer outro resultado educacional.

Apesar desta relutância em aceitar a necessidade de se mensurar o nível de satisfação dos discentes, a procura pelo entendimento dos fatores determinantes da satisfação no ensino superior não é recente. Neste sentido Aitken (1982) concebeu modelos distintos para diferentes realidades ligadas ao ensino superior, tais como: satisfação dos alunos, performance acadêmica e retenção dos alunos. Estando todas estas variáveis altamente correlacionadas entre si. Outros autores, recorrendo a diferentes métodos de pesquisa, identificaram as variáveis com diferentes graus de explicação para o nível de satisfação dos alunos. No Brasil, um dos artigos que tem se destacado na atualidade é o proposto por Vieira, Milach e Hupples (2008).” (Alta)

O estudo sobre a satisfação do alunos do ISDOM passa por 2 fases:

- 1ª Fase – Diagnóstico
- 2ª Fase – implementação de melhorias

No presente estudo apresentamos as conclusões da 1ª fase.

Com este trabalho de investigação pretende-se responder às seguintes questões:

- Conhecer o estado atual da satisfação de todos os alunos do ISDOM;

- Perceber quais os factores que tem um menor ou maior grau de satisfação atribuído sendo por isso identificados como “determinantes”.

Com esta informação, acredita-se que a ISDOM poderá atuar sobre esses itens de forma estratégica.

## 1. Fundamentação teórica

“Com foco em responder o problema de pesquisa, este estudo apresenta uma breve revisão acerca do dilema de se encarar o aluno como cliente, após uma discussão a cerca da satisfação discente e, na sequência, os fatores determinantes da satisfação e retenção dos discentes no ensino superior.

- O aluno pode ser encarado como cliente?

A competição entre as IES mostra-se cada vez maior, fazendo com que estas comecem a encarar o próprio ensino como um serviço clássico, ou seja, possuindo oferta (IES) e procura (alunos). Assim, atualmente, algumas IES medem, internamente, a satisfação e qualidade da sua instituição, para que possam melhorar os seus aspectos mais críticos, fazendo com que a taxa de retenção e a própria lealdade à instituição seja mais elevada. Uma vez que o ensino superior começa a adotar estratégias mercadológicas, faz-se necessário saber até que ponto o aluno poderia ser considerado um cliente. Carvalho (2009) comenta que existem diversas, e divergentes, opiniões em relação a este tema, havendo autores que defendem a utilização da palavra cliente como adequada para o ensino superior, e outros que consideram esta alteração de conceitos prejudicial para a própria aprendizagem, existindo, contudo, consenso no que diz respeito ao cuidado que se deve ter em encarar o ensino com uma abordagem meramente empresarial.

Autores como Scott (1999) defendem que o monitoramento da satisfação dos alunos tem como objetivo identificar suas expectativas, já que a alteração da perspectiva do marketing empresarial para o ensino superior, não envolve uma mudança drástica do poder dos professores em relação aos seus alunos. Sugere por outro lado que, para obter qualidade, devem ser compreendidas as expectativas dos discentes, e que não proceder a essa compreensão pode levar a que as diferenças entre o desejado (expectativas) e a experiência (percepções) sejam demasiadamente grandes.

Outros autores como Schwartzman (1995), são mais cautelosos com estas alterações, visto que, se os estudantes começarem a ser encarados primeiramente como clientes, então os professores passam a ser meros prestadores de serviços, que tem somente como objetivo a satisfação imediata dos alunos. Além deste aspecto, o autor aponta outras desvantagens: uma abordagem demasiadamente empresarial do aluno, que, ao contrário de um cliente, tem

de ter um papel ativo, e o sucesso passa em grande parte por esse aspecto, assim como o ensino não poder ser encarado como uma troca, levando a que não seja requerido nada do aluno.

Contudo, o autor também demonstra que existem vantagens, notadamente, em relação à maior funcionalidade e eficiência dos departamentos, em especial aqueles que dizem respeito a atividades administrativas, assim como focalizar a atenção na aprendizagem do aluno e fazer dele o principal ator participativo, em vez de ser um mero espectador.

Já Kotler e Fox (1994) apostam no uso das ferramentas de marketing para auxiliar as instituições educacionais que estejam enfrentando declínio de matrículas, aumento de custos e dependência do mercado para que sejam mais bem-sucedidas, pois ao investir na análise, no planejamento, na implementação e no controle de programas de marketing, há um favorecimento a troca voluntária de valores com os mercados-alvo.

Percebe-se nas palavras de Kotler e Fox (1994) e Scott (1999) a necessidade das IES utilizar-se de ferramentas de marketing para a gestão escolar, especialmente para o monitoramento das expectativas e percepção de qualidade do ensino, por parte dos discentes sem, no entanto, a alteração da mudança drástica de poder dos professores em relação aos seus alunos.

- Satisfação dos alunos

Conforme defendem diversos autores, a satisfação dos alunos é um fator fundamental para o sucesso das Instituições de Ensino Superior (GONÇALVES FILHO; GUERRA; MOURA, 2003; SOUKI; PEREIRA, 2004; CODA e SILVA, 2004; WALTER; TONTINI; DOMINGUES, 2005; DE TONI et al., 2006). E, conforme já citado, a procura pelo entendimento dos fatores determinantes da satisfação dos alunos do ensino superior não é recente. Neste sentido diversos autores, recorrendo a diferentes métodos de pesquisa, identificaram as variáveis com diferentes graus de explicação para o nível de satisfação dos alunos. Autores como Lee, Jolly, Kench e Gelonesi (2000) evidenciaram cinco causas para a satisfação dos alunos: desconfirmação (resultante de um processo comparativo entre as expectativas iniciais existentes, antes do ingresso no ensino superior, com os resultados dele decorrentes), interesse pelas disciplinas, corpo docente, satisfação com o curso e atmosfera do campus. Contudo o estudo obteve indicadores estatísticos relativamente baixos, notadamente no que diz respeito à percentagem de variância explicada ( $R^2$  ajustado =

47,8%). Outro estudo, proposto por Douglas, McClelland e Davies (2008) utiliza o método CIT (Critical Incident Technique), que consiste em entrevistas de profundidade tendo como objetivo identificar e explorar situações críticas que identifiquem causas explicativas para a variável em causa. No caso específico do ensino superior, existe ainda a particularidade de diferentes estabelecimentos de ensino adotar métodos distintos de aprendizagem, o que dificulta a comparação entre as diferentes Universidades. Nesse sentido existem autores (Morstain 1977; Aitken 1982; Lee, Jolly, Kench e Gelonesi 2000) que defendem que as conclusões resultantes de uma investigação empírica devem ser aplicadas apenas à Universidade em questão.

- Determinantes da satisfação e retenção dos alunos no ensino superior

Não é surpreendentemente que o dilema aluno versus cliente frequentemente dificulte pesquisas empíricas que liguem a satisfação dos alunos à sua retenção, apesar da crença generalizada de que existe realmente uma relação positiva entre os dois. Schreiner (2009), superando esta barreira inicial, em um esforço para determinar se a variável satisfação do aluno é preditiva da sua manutenção no ano seguinte, realizou um estudo com 27.816 estudantes em 65 instituições diferentes. Em seu estudo a autora delimita as variáveis mais significativas desde os anos iniciais até o último ano da graduação.

Para a autora, a retenção dos alunos no primeiro ano de graduação está intimamente relacionada ao clima do campus, apesar da satisfação global ser também uma forte preditora. Já no segundo ano do curso, a autora incluiu outras variáveis tais como: a satisfação de ser um estudante de nível superior, o sentimento de pertencer a um grupo de estudantes, a possibilidade de perceber o seu futuro como promissor e a aplicabilidade dos conteúdos desenvolvidos no curso.

Para os demais anos, Schreiner (2009) defende que a satisfação do aluno e, por consequência sua retenção, está intimamente ligada na forma como o aluno valoriza a instituição, ou seja, como ela é percebida pelos alunos, bem como está correlacionada ao acesso dos professores na classe e fora dela, bem como a percepção de crescimento intelectual e por fim a perspectiva de futuro no mercado de trabalho. Este resultado corrobora com Alves e Raposo (2007) os quais, ao utilizarem o modelo de Grönroos (1984), apontaram dimensões que mais contribuem para a formação de (in)satisfação são: a imagem da IES e o valor percebido, sendo que as expectativas têm um efeito negativo na satisfação.

No Brasil, um dos artigos mais recentes foi desenvolvido por Vieira, Milach e Hupples (2008). Neste artigo foram aplicadas equações estruturais para a explicação do nível de satisfação dos alunos em que foram utilizados cinco construtos, baseados no modelo de Paswan e Young (2002) conforme destacado abaixo:

#### Envolvimento do Professor:

Diz respeito a variáveis como a percepção do aluno em relação ao entusiasmo e interesse do professor, a habilidade do professor em explicar o conteúdo, utilizando exemplos e de forma que os alunos compreendam os assuntos.

#### Interesse do Aluno:

Este fator é formado por fatores como o nível de atenção e interesse que o aluno dá às aulas e a forma como esse percebe a sua evolução intelectual ao longo do curso, tornando-se, ou não, mais competente.

#### Interação Professor-aluno:

Pode ser entendido como a oportunidade que o aluno tem para discutir, questionar e esclarecer suas dúvidas durante as aulas, bem como possuir a liberdade para expressar os seus pontos de vista.

#### Demandas do Curso:

Trata-se de como o professor passa o conteúdo aos alunos, a validade do desenvolvimento de trabalhos em sala de aula e o nível das leituras indicadas pelo professor.

#### Organização do curso:

Este construto avalia, entre outros aspectos, se os conceitos foram relacionados sistematicamente e a grade curricular do curso foi esboçada adequadamente.

Cashin (1995) e Clayson e Haley (1990) sugerem que a motivação dos estudantes influencia diretamente no interesse e no aprendizado do aluno. Neste sentido, Paswan e motivação através do Envolvimento do Professor e o Interesse do Estudante.

No modelo de Paswan e Young (2002), replicado por Vieira, Milach e Hupples (2008) destaca-se a interação professor aluno como fator determinante da satisfação dos alunos. Este factor pode ser entendido como a oportunidade que o aluno tem em discutir, questionar

e esclarecer suas dúvidas durante as aulas. Esta proposição corrobora com Grunenwald e Ackerman (1986) que, ao realizarem uma pesquisa com estudantes de administração, concluíram que a interação tem uma influência importante na efetividade do ensino.” (Alta)

## **1.1 Estudos analisados**

Como complemento à leitura e consulta da bibliografia que existe acerca da comunicação, da comunicação empresarial e interna, foi dado ênfase à análise de diferentes estudos que já foram efectuados nesta área, que passamos a descrever:

- A Research Analysis on Employee Satisfaction in terms of Organizational Culture and Spiritual Leadership - Bulent Aydin, Gebze Institute of High Technology (Gyte);
- Understanding student satisfaction - BC College & Institute Student Outcomes, British Columbia;
- Measuring student satisfaction at a UK university - Jacqueline Douglas, Alex Douglas and Barry Barnes, Faculty of Business and Law, Liverpool John Moores University, Liverpool, UK
- *Vivências e Satisfação Académicas em Alunos do Ensino Superior* - Um estudo na Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Coimbra - Lúcia Simões Costa & Marta Filipa Oliveira - Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Coimbra, Portugal
- Experiência dos Estudantes de Primeiro Ciclo de Estudos da NOVA – Universidade Nova de Lisboa, 2011

Após cuidada análise adaptou-se o questionário da Universidade Nova de Lisboa, “Experiência dos Estudantes de Primeiro Ciclo de Estudos da NOVA” de 2010/2011.

## **1.2 O Instituto Superior D. Dinis**

Este novo estabelecimento de Ensino Superior politécnico resultou da fusão dos Institutos Superiores de Humanidades e Tecnologias e de Matemática e Gestão da Marinha Grande.

Apesar de esta designação ser recente este Projecto de Ensino Superior surgiu na Marinha Grande, em 1990 como resposta às necessidades, sentidas por empresas e serviços, de quadros superiores mais qualificados e com carências de formação especializada a nível mais elevado. O ISDOM faz parte do Grupo Lusófona desde 1989, sendo uma das unidades iniciais deste Grupo, enquanto ISMAG.

O projecto educativo “Universidade Lusófona” iniciou-se em Setembro de 1989 quando surgiu a portaria aprovando a criação do ISMAG (Instituto Superior de Matemática e Gestão) e autorizando 2 cursos de bacharelato. Ao mesmo tempo saiu uma portaria a autorizar o funcionamento do ISHT (Instituto Superior de Humanidades e Tecnologias), aprovando também 2 cursos.

O ISMAG tinha como entidade titular a COFAC e o ISHT tinha como entidade titular a Escola Politécnica de Lisboa, mais tarde extinta, passando o ISHT a ser também tutelada pela COFAC. A partir daí começou a crescer anualmente numa progressão geométrica. Tanto em Lisboa como fora dela, no Algarve, Marinha Grande, Fundão, Torres Vedras. Em 1991 requeremos a criação da Universidade, que se chamava na altura Instituto Superior Lusófono. A autorização demorou 7 anos e aconteceu em 1998.

- Público-alvo – Licenciaturas: jovens entre os 17 e os 25 anos (considerado o público-alvo jovem) e os adultos entre os 30 e os 50 anos (considerado o público-alvo maduro);
- Público-alvo – Pós-graduações: todos os licenciados;
- Público-alvo – CET (Cursos de Especialização Tecnológica): Todos os indivíduos que não tenham concluído o ensino secundário e que procurem uma formação que lhes dê equivalência ao 12º ano e posteriormente acesso ao ensino superior.
- Posicionamento – O ISDOM prima por um ensino de grande qualidade, diferenciando-se dos demais institutos pela forma personalizada como as suas disciplinas são leccionadas. A dimensão reduzida das turmas permite aos alunos um acesso privilegiado tanto as matérias leccionadas como aos professores.
- Factores críticos de sucesso – Cursos vocacionados para responderem às exigências do mercado laboral da Marinha Grande, fortemente industrializado.

## **2. Diagnóstico sobre a satisfação dos alunos do ISDOM**

### **2.1 Metodologia**

Este estudo teve o seu início no dia 5 de Março, foi planeado e executado por uma equipa de 2 colaboradores, um docente como orientador e um não docente, como investigador e foi promovido pelo Seminário de Relações Públicas do Curso de Comunicação Aplicada ao Marketing, Publicidade e Relações Públicas do ISDOM.

### **2.2 Objectivos**

Este trabalho teve como objectivo conhecer o estado actual da satisfação de todos os alunos do ISDOM;

Perceber quais os factores que tem um menor ou maior grau de satisfação atribuído sendo por isso identificados como “determinantes”, sendo estes factores sobre os quais o ISDOM pode agir.

### **2.3 Amostra**

Responderam aos questionários 30 sujeitos, o equivalente a 30,3% de todos os alunos do ISDOM de licenciatura. Em termos de género, 60,% são homens e 40 % são mulheres. Predomina a faixa etária dos 36 aos 55 anos (50%), seguida da 26-34 anos (30%) e dos 18-25 anos (20%). Os respondentes deste estudo são maioritariamente do 3º ano da licenciatura (65,5%), seguidos dos do 2º ano com 24,1% das respostas e os restantes 10,3% frequentam o 1º ano da licenciatura. O curso com maior taxa de respostas é o de Engenharia e Produção Industrial com 26,7% das respostas, Gestão de Recursos Humanos aparece em segundo lugar com 23,3% das respostas, os cursos de Comunicação Aplicada, de Design e de Solicitadoria respondem com 13,3% cada um e por último, o curso de Contabilidade e Administração com 10%.

### **2.4 Instrumentos**

O estudo recorreu a uma metodologia quantitativa. Numa primeira fase de diagnóstico pretendeu-se caracterizar a problemática da satisfação dos alunos do ISDOM, assim como identificar as situações não satisfação, de forma a corrigi-las.

O inquérito utilizado, o “ISDOM – Inquérito de Satisfação” foi baseado no “Inquérito atual da Satisfação dos estudantes de primeiro Ciclo da Nova” de 2010/2011.

O Questionário é um instrumento composto por 12 perguntas fechadas e de 1 pergunta aberta. As perguntas são compostas por afirmações sobre as quais se pede que o respondente expresse o seu grau de acordo/desacordo para cada uma das situações apresentadas, numa escala *likert* de 7 pontos do menos favorável ao mais favorável (por exemplo “Nada Satisfeito” até ao “Muito Satisfeito” e “Muito Acima” até ao “Muito EAbaixo”).

O objectivo do questionário é fazer um levantamento o mais completo possível da situação do Instituto, com o intuito de propor sugestões adequadas para melhorar a satisfação dos alunos com o mesmo. Com o questionário pretende-se chegar ao conhecimento dos factores que determinam o maior ou menor grau de satisfação nos seus discentes.

O questionário foi realizado através de suporte de papel e foi entregue nas diferentes turmas em mão. Este questionário era voluntário e decorreu desde 20 a 28 de Maio de 2013.

Incluem-se igualmente 4 questões de caracterização sociodemográfica, tendo sido garantido o carácter anónimo, privado e voluntário da participação.

A análise dos dados foi efectuada através do programa IBM SPSS versão 19.

## **2.5 Análise Psicométrica (Fiabilidade e Validade)**

Com vista à apreciação da qualidade psicométrica do questionário procedeu-se à análise da sua fiabilidade através do cálculo da consistência interna, pelo coeficiente alfa de cronbach. Esta bateria, no contexto de aplicação à amostra dos casos, revela boa consistência interna com alfa de Cronbach de .95 (.959 (N de itens=39.)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.959	39

Com a análise factorial, com rotação varimax encontrámos 8 factores nos quais alguns itens relacionados com a satisfação global dos serviços saturam em mais que dois factores, mas verifica-se que estes se referem a variáveis de facto constituintes da realidade em análise e que se inseriam nos 4 factores principais do estudo. Estes foram reagrupados em 4 factores “Satisfação Curso e Ensino” (item 5, 8), “Satisfação Instalações e equipamentos” (itens 3, 7) e “Satisfação Serviços Isdom” (itens 1, 4 e 6) e “Satisfação Desenvolvimento Pessoal” (item 2).

## 2.6 Análise de Dados

Determinámos médias, desvios-padrão, frequências, percentagens, para descrever as características das amostras quanto à idade, género e tipo de respondente (docente, não docente, funcionário); testes de Qui-Quadrado para avaliar e comparar o desempenho de diferentes grupos (determinados por idade, género e tipo), atendendo à distribuição de frequências dos participantes em categorias estabelecidas como satisfação com a comunicação, eficácia da comunicação e dos meios; análises factoriais com rotação varimax para valores próprios iguais e superiores a 1, de modo a avaliar e identificar as correspondências entre itens que revelam fortes especificidades em comum, gerando factores únicos ou múltiplos; análises univariadas da variância (ANOVA) mais frequentemente utilizadas para avaliar e comparar mais de duas médias através das variâncias observadas dentro e entre os conjuntos em estudo. Para o efeito, recorreremos ao programa SPSS 19.0.

## 3 Resultados

Responderam aos questionários 30 sujeitos, o equivalente a 30,3% de todos os alunos do ISDOM de licenciatura. Em termos de género, 60,% são homens e 40 % são mulheres. Predomina a faixa etária dos 36 aos 55 anos (50%), seguida da 26-345 anos (30%) e dos 18-

25 anos (20%). Os respondentes deste estudo são maioritariamente do 3º ano da licenciatura (65,5%), seguidos dos do 2º ano com 24,1% das respostas e os restantes 10,3% frequentam o 1º ano da licenciatura. O curso com maior taxa de respostas é o de Engenharia e Produção Industrial com 26,7% das respostas, Gestão de Recursos Humanos aparece em segundo lugar com 23,3% das respostas, os cursos de Comunicação Aplicada, de Design e de Solicitadoria respondem com 13,3% cada um e por último, o curso de Contabilidade e Administração com 10%.

**Género**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	18	60,0	60,0	60,0
	Femino	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Idade**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	6	20,0	20,0	20,0
	26-35	9	30,0	30,0	50,0
	36-55	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Ano Curso**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1º ano	3	10,0	10,3	10,3
	2º ano	7	23,3	24,1	34,5
	3º ano	19	63,3	65,5	100,0
	Total	29	96,7	100,0	
Missing	System	1	3,3		
Total		30	100,0		

		Curso			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eng. Prod. Industrial	8	26,7	26,7	26,7
	Solicitadoria	4	13,3	13,3	40,0
	Gestão de Recursos Humanos	7	23,3	23,3	63,3
	Comunicação Aplicada	4	13,3	13,3	76,7
	Contabilidade e Administração	3	10,0	10,0	86,7
	Design	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

### *Qui-Quadrado*

Na avaliação da distribuição em função da variável de Género “Sexo” e os 4 factores em análise “Satisfação Curso e Ensino” “Satisfação Instalações e equipamentos”, “Satisfação Serviços Isdom” e “Satisfação Desenvolvimento Pessoal” recorrendo ao teste Qui-Quadrado, verificamos que a distribuição é ao acaso.

### **Curso \* Satisfação conteúdo Programático**

O curso mais satisfeito com o conteúdo programático é o de Comunicação Aplicada. O menos satisfeito é o de Design, logo seguido pelo de Engenharia e Produção Industrial.

Count

		Satisfação conteúdo Programático	
		Muito Satisfeito	Total
Curso	Eng. Prod. Industrial	0	8
	Solicitadoria	0	4
	Gestão de Recursos Humanos	0	7
	Comunicação Aplicada	3	4
	Contabilidade e Administração	0	3
	Design	0	4
Total		3	30

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	33,977 <sup>a</sup>	20	,026
Likelihood Ratio	28,835	20	,091
Linear-by-Linear Association	,078	1	,780
N of Valid Cases	30		

a. 30 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,20.

### Idade \* Satisfação serviços inserção profissional

A faixa etária dos 18-25 encontra-se insatisfeita e as faixas dos 26-35 e dos 36-55 encontram-se satisfeitas.

Count

		Satisfação serviços inserção profissional					Total
		2	3	4	5	6	
Idade	18-25	1	3	0	0	2	6
	26-35	1	1	5	2	0	9
	36-55	0	2	5	8	0	15
	Total	2	6	10	10	2	30

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,022 <sup>a</sup>	8	,007
Likelihood Ratio	22,999	8	,003
Linear-by-Linear Association	1,694	1	,193
N of Valid Cases	30		

a. 13 cells (86,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,40.

### Idade \* Satisfação serviço Orientação novos estudantes

A faixa etária dos 18-25 anos encontra-se insatisfeita com este item, seguida dos 26-35, que se encontra medianamente satisfeita, sendo a dos 36-55 a mais satisfeita.

### Crosstab

Count

		Satisfação serviço Orientação novos estudantes						Total
		2	3	4	5	6	Muito Satisfeito	
Idade	18-25	0	4	0	0	1	1	6
	26-35	0	3	6	0	0	0	9
	36-55	1	1	5	8	0	0	15
Total		1	8	11	8	1	1	30

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,455 <sup>a</sup>	10	,002
Likelihood Ratio	31,032	10	,001
Linear-by-Linear Association	,466	1	,495
N of Valid Cases	30		

a. 17 cells (94,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,20.

### Ano Curso \* Satisfação serviços inserção profissional

Os alunos do 1º ano são os que se encontram mais satisfeitos com os serviços de inserção profissional.

### Crosstab

Count

		Satisfação serviços inserção profissional					Total
		2	3	4	5	6	
Ano Curso	1º ano	0	0	0	1	2	3
	2º ano	1	2	3	1	0	7
	3º ano	1	4	6	8	0	19
Total		2	6	9	10	2	29

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,397 <sup>a</sup>	8	,006
Likelihood Ratio	14,931	8	,060
Linear-by-Linear Association	1,833	1	,176
N of Valid Cases	29		

a. 13 cells (86,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,21.

### Ano Curso \* Satisfação serviço Orientação novos estudantes

Os alunos do 1º ano são os que se encontram mais satisfeitos com os serviços de Orientação aos novos estudantes.

### Crosstab

Count

		Satisfação serviço Orientação novos estudantes				
		2	3	4	5	6
Ano Curso	1º ano	0	0	0	1	1
	2º ano	0	1	5	1	0
	3º ano	1	7	5	6	0
Total		1	8	10	8	1

### Crosstab

Count

		Satisfação serviço Orientação novos estudantes	Total
		Muito Satisfeito	
Ano Curso	1º ano	1	3
	2º ano	0	7
	3º ano	0	19
Total		1	29

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,494 <sup>a</sup>	10	,006
Likelihood Ratio	17,919	10	,056
Linear-by-Linear Association	7,382	1	,007
N of Valid Cases	29		

a. 15 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,10.

### Ano Curso \* Satisfação serviços actividades extra curriculares

Os alunos do 1º ano são os que se encontram mais satisfeitos com as actividades extracurriculares, em compensação os anos alunos do 3º ano encontram-se insatisfeitos com este item.

**Crosstab**

		Satisfação serviços actividades extra curriculares					
		Muito Insatisfeito	2	3	4	5	6
Ano Curso	1º ano	0	0	0	0	2	1
	2º ano	1	0	2	1	1	0
	3º ano	0	7	5	5	1	0
Total		1	7	7	6	4	1

**Crosstab**

Count

		Satisfação serviços actividades extra curriculares	Total
		Muito Satisfeito	
Ano Curso	1º ano	0	3
	2º ano	1	6
	3º ano	0	18
Total		1	27

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	26,929 <sup>a</sup>	12	,008
Likelihood Ratio	23,729	12	,022
Linear-by-Linear Association	7,279	1	,007
N of Valid Cases	27		

a. 21 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,11.

### Ano Curso \* Satisfação geral com os serviços

Os alunos 1º anos são os mais satisfeitos em geral com os serviços do ISDOM. Os alunos do 2º ano e 3º ano encontram-se todos satisfeitos, exceção feita para 26,3% dos alunos do 3º ano, que responderam negativamente a este item.

### Crosstab

Count

		Satisfação geral com os serviços					Total
		2	3	4	5	6	
Ano Curso	1º ano	0	0	0	1	2	3
	2º ano	0	1	4	1	1	7
	3º ano	2	3	13	1	0	19
Total		2	4	17	3	3	29

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,977 <sup>a</sup>	8	,030
Likelihood Ratio	16,120	8	,041
Linear-by-Linear Association	10,519	1	,001
N of Valid Cases	29		

a. 14 cells (93,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,21.

### Curso \* Satisfação serviços tesouraria

Os alunos de recursos humanos encontram-se todos bastante satisfeitos com os serviços de tesouraria enquanto os alunos de comunicação aplicada se encontram insatisfeitos. Os cursos de contabilidade e administração e Design têm 50% dos alunos satisfeitos e 50% dos alunos insatisfeitos com este item.

		Satisfação serviços tesouraria				
		Muito Insatisfeito	2	3	4	5
Curso	Eng. Prod. Industrial	0	0	3	2	1
	Solicitadoria	1	0	1	1	1
	Gestão de Recursos Humanos	0	0	0	0	5
	Comunicação Aplicada	0	0	3	1	0
	Contabilidade e Administração	0	1	0	0	0
	Design	0	0	2	0	2
Total		1	1	9	4	9

### Crosstab

		Satisfação serviços tesouraria	
		6	Total
Curso	Eng. Prod. Industrial	2	8
	Solicitadoria	0	4
	Gestão de Recursos Humanos	2	7
	Comunicação Aplicada	0	4
	Contabilidade e Administração	1	2
	Design	0	4
Total		5	29

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	39,956 <sup>a</sup>	25	,029
Likelihood Ratio	35,602	25	,078
Linear-by-Linear Association	,106	1	,744
N of Valid Cases	29		

a. 36 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

### Idade \* Empreendedorismo

A faixa etária dos 18-25 anos encontra-se insatisfeita com este item. Da faixa etária dos 26-35 apenas 55,5% se encontra satisfeita.

**Crosstab**

		Empreendedorismo						Total
		Muito Insatisfeito	2	3	4	5	6	
Idade	18-25	1	1	2	0	0	2	6
	26-35	0	2	2	4	1	0	9
	36-55	0	1	4	4	6	0	15
	Total	1	4	8	8	7	2	30

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,679 <sup>a</sup>	10	,032
Likelihood Ratio	19,994	10	,029
Linear-by-Linear Association	1,007	1	,316
N of Valid Cases	30		

a. 18 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,20.

## Ano Curso \* Empreendedorismo

Os alunos do 1º ano são os mais satisfeitos com o empreendedorismo enquanto os alunos do 2º ano se encontram insatisfeitos.

**Crosstab**

Count

		Empreendedorismo				
		Muito Insatisfeito	2	3	4	5
Ano Curso	1º ano	0	0	0	0	1
	2º ano	0	2	2	2	1
	3º ano	1	2	6	5	5
Total		1	4	8	7	7

**Crosstab**

Count

		Empreendedorismo	Total
		6	
Ano Curso	1º ano	2	3
	2º ano	0	7
	3º ano	0	19
Total		2	29

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,711 <sup>a</sup>	10	,017
Likelihood Ratio	15,513	10	,114
Linear-by-Linear Association	3,422	1	,064
N of Valid Cases	29		

a. 17 cells (94,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,10.

### Curso \* Imagem e Reputação da Instituição

Os alunos do curso de Comunicação aplicada estão insatisfeitos com a imagem e reputação do ISDOM. Os mais satisfeitos são os alunos dos cursos de Solicitadoria e Gestão de Recursos Humanos.

### Crosstab

Count

		Imagem e Reputação da Instituição			
		2	3	4	5
Curso	Eng. Prod. Industrial	3	0	4	1
	Solicitadoria	0	0	2	0
	Gestão de Recursos Humanos	1	0	4	2
	Comunicação Aplicada	2	2	0	0
	Contabilidade e Administração	0	1	2	0
	Design	0	1	2	1
	Total	6	4	14	4

**Crosstab**

Count

		Imagem e Reputação da Instituição	Total
		6	
Curso	Eng. Prod. Industrial	0	8
	Solicitadoria	2	4
	Gestão de Recursos Humanos	0	7
	Comunicação Aplicada	0	4
	Contabilidade e Administração	0	3
	Design	0	4
Total		2	30

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31,639 <sup>a</sup>	20	,047
Likelihood Ratio	31,528	20	,049
Linear-by-Linear Association	,019	1	,891
N of Valid Cases	30		

a. 30 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,20.

### Curso \* Melhoria Capacidade Escrita

O curso mais satisfeito com a melhoria da capacidade escrita é o de Gestão de Recursos humanos tendo em contraponto o de Design, que é o que se encontra menos satisfeito mas ainda assim satisfeito.

### Crosstab

		Melhoria Capacidade Escrita				Total
		3	4	5	6	
Curso	Eng. Prod. Industrial	0	4	0	4	8
	Solicitadoria	0	0	2	2	4
	Gestão de Recursos Humanos	0	0	6	1	7
	Comunicação Aplicada	0	1	1	2	4
	Contabilidade e Administração	0	1	2	0	3
	Design	1	0	3	0	4
Total		1	6	14	9	30

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,604 <sup>a</sup>	15	,042
Likelihood Ratio	30,114	15	,012
Linear-by-Linear Association	1,430	1	,232
N of Valid Cases	30		

a. 24 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,10.

### Correlações

Quando aferidas as correlações entre as variáveis “Sexo”, “Idade”, “Ano de curso” e “Curso” com todas as restantes variáveis, não se encontraram correlações excepto entre as variáveis “Idade” e “Satisfação interacção docentes” ( $p=.033$ ; Sig. (2-tailed)  $=.862$ ), “Satisfação bar” e “Satisfação Limpeza Geral” ( $p=.045$ ; Sig. (2-tailed) $=.818$ ), “Satisfação Serviços Tesouraria” e “Satisfação Serviços Inserção Profissional” ( $p=.029$ ; Sig. (2-tailed) $=.880$ ).

### Anova

Para compararmos os diversos grupos (categorias) das variáveis independentes, relativamente às diversas variáveis dependentes, efectuámos uma análise de variância univariada multifactorial (ANOVA). A ANOVA multifactorial revela diferenças estatisticamente significativas entre categorias da variável “Idade” com as variáveis:

“Satisfação Tamanho turmas” ( $p=.020$ ) sendo a faixas etária entre os 18-25 a mais satisfeita e a dos 26-35 a menos satisfeitas mas mesmo assim, positivamente satisfeita;

### Satisfação Tamanho turmas

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Idade	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
26-35	9	4,22	
36-55	15	5,40	5,40
18-25	6		6,17
Sig.		,151	,433

“Satisfação Recursos Informáticos” ( $p=.009$ ), sendo que a faixa etária mais insatisfeita é a dos 18-25 mas temos que realçar que este é avaliado negativamente por todas as faixas etárias:

### Satisfação Recursos Informáticos

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Idade	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
18-25	6	2,00	
26-35	9	2,22	2,22
36-55	15		3,40
Sig.		,896	,064

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 8,710.
- b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

“Satisfação Geral Instalações e Equipamentos” ( $p=.021$ ), a faixa etária mais insatisfeita é a dos 18-25 mas temos que realçar que este é avaliado negativamente por todas as faixas etárias:

**Satisfação Geral Instalações e Equipamentos**

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Idade	N	Subset for alpha = 0.05
		1
18-25	6	3,17
26-35	9	3,33
36-55	15	4,33
Sig.		,051

“Recomendaria o Curso a outras pessoas” ( $p=.012$ ), a faixa etária que mais recomendaria o Isom é a faixa etária dos 36-55 anos. As faixas etárias dos 18-25 e dos 26-35 estão empatadas positivamente na sua média de satisfação:

**Recomendaria o Instituto a outras pessoas**

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Idade	N	Subset for alpha = 0.05
		1
18-25	6	4,67
26-35	9	4,67
36-55	15	5,60
Sig.		,317

“Voltaria a candidatar-se ao Isdom” ( $p=.025$ ), a faixa etária que voltaria a recomendar o ISDOM é a dos 36-55 anos.

### Voltaria a candidatar-se ao Isdom

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Idade	N	Subset for alpha = 0.05
		1
18-25	6	4,17
26-35	9	4,22
36-55	15	5,87
Sig.		,078

A ANOVA multifactorial revela diferenças estatisticamente significativas entre categorias da variável “Ano” com as variáveis:

“Satisfação Edifícios” ( $p=.026$ ), sendo o 3º ano o menos satisfeito com este item, dando-lhe uma pontuação negativa e os do 1º ano os mais satisfeitos.

### Satisfação Edifícios

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Ano Curso	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
3º ano	19	2,89	
2º ano	7	3,57	3,57
1º ano	3		4,67
Sig.		,526	,199

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

“Satisfação Salas de Aulas” ( $p=.018$ ), os menos satisfeitos são os alunos do 3º ano, que classificam este item negativamente e os mais satisfeitos com este item os do 1º ano.

### Satisfação Salas de aula

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Ano Curso	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
3º ano	19	3,00	
2º ano	7	3,57	3,57
1º ano	3		5,00
Sig.		,645	,081

“Satisfação Instalações Sanitárias” ( $p=.040$ ) os menos satisfeitos são os alunos do 3º ano, que classificam este item negativamente e os mais satisfeitos com este item os do 1º ano.

### Satisfação Instalações Sanitárias

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Ano Curso	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
3º ano	19	3,32	
2º ano	7	4,00	4,00
1º ano	3		5,00
Sig.		,540	,278

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 5,673.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

“Satisfação Espaços de lazer” ( $p=.008$ ) os menos satisfeitos são os alunos do 3º ano, que classificam este item negativamente e os mais satisfeitos com este item os do 1º ano.

### Satisfação Espaços Lazer

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Ano Curso	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
3º ano	19	3,11	
2º ano	7	3,86	3,86
1º ano	3		5,67
Sig.		,565	,051

“Satisfação Serviços Inserção Profissional” ( $p=.011$ ), os menos satisfeitos são os alunos do 2º ano e os mais satisfeitos os do 1º ano.

### Satisfação serviços inserção profissional

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Ano Curso	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
2º ano	7	3,57	
3º ano	19	4,11	
1º ano	3		5,67
Sig.		,600	1,000

“Satisfação serviço Orientação novos estudantes” ( $p=.002$ ) os menos satisfeitos são os alunos do 3º ano e os mais satisfeitos os do 1º ano.

#### Satisfação serviço Orientação novos estudantes

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Ano Curso	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
3º ano	19	3,84	
2º ano	7	4,00	
1º ano	3		6,00
Sig.		,952	1,000

“Satisfação geral com os serviços” ( $p=.001$ ), os mais satisfeitos são os alunos do 1º ano e os menos os do 3º ano.

#### Satisfação geral com os serviços

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Ano Curso	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
3º ano	19	3,68	
2º ano	7	4,29	
1º ano	3		5,67
Sig.		,417	1,000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 5,673.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

“Empreendedorismo” ( $p=.013$ ), os mais satisfeitos são os alunos do 1º ano e os menos satisfeitos os do 2º ano.

#### Empreendedorismo

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Ano Curso	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
2º ano	7	3,29	
3º ano	19	3,58	
1º ano	3		5,67
Sig.		,899	1,000

A ANOVA multifactorial revela diferenças estatisticamente significativas entre categorias da variável “Curso” com as variáveis:

“Satisfação conteúdo Programático” ( $P=016$ ), o curso mais satisfeito com o conteúdo programático é o de Comunicação Aplicada, seguido de solicitadoria e de Contabilidade e Administração. O curso menos satisfeito é o de Design e o de Engenharia de Produção Industrial.

#### Satisfação conteúdo Programático

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Curso	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
Design	4	4,25	
Eng. Prod. Industrial	8	4,63	
Gestão de Recursos Humanos	7	5,14	5,14
Contabilidade e Administração	3	5,33	5,33
Solicitadoria	4	5,50	5,50
Comunicação Aplicada	4		6,50
Sig.		,301	,223

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

“Satisfação geral com os serviços” ( $p=.039$ ), os cursos menos satisfeitos com os serviços são os de Comunicação Aplicada e Contabilidade e Administração, que lhes dão nota negativa. Os mais satisfeitos são os de Engenharia e Produção Industrial e o de Gestão de Recursos Humanos.

#### Satisfação geral com os serviços

Tukey HSD<sup>a,b</sup>

Curso	N	Subset for alpha = 0.05
		1
Comunicação Aplicada	4	3,00
Contabilidade e Administração	3	3,33
Design	4	3,75
Solicitadoria	4	4,00
Gestão de Recursos Humanos	7	4,43
Eng. Prod. Industrial	8	4,63
Sig.		,079

“Imagem e Reputação da Instituição” ( $p=.034$ )- O curso negativamente satisfeito com este item é o de Comunicação aplicada que lhe dá uma classificação muito negativa, seguido do de Engenharia e Produção Industrial que também o classifica negativamente. O Curso mais satisfeito com este item é o de Solicitadoria, seguido de Design e Gestão de Recursos Humanos.

#### Imagem e Reputação da Instituição

Curso	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
Comunicação Aplicada	4	2,50	
Eng. Prod. Industrial	8	3,38	3,38
Contabilidade e Administração	3	3,67	3,67
Gestão de Recursos Humanos	7	4,00	4,00
Design	4	4,00	4,00
Solicitadoria	4		5,00
Sig.		,250	,181

## 4 Discussão dos Resultados

Neste capítulo apresentam-se os resultados obtidos para este Instituto por curso, ano de curso e faixa etária. O género sexo não apresentou resultados significativos e por isso não serão apresentados.

Recorda-se que a escala utilizada é semântica de 7 pontos, adjetivada nos extremos, onde os pontos 1 a 3 correspondem a pontuações negativas e os de 5 a 7 a avaliações positivas. Uma vez que as respostas são apresentadas através de médias, como se de uma escala contínua se tratasse, identifica-se o valor 3.5, que corresponde ao centro do intervalo de resposta, como ponto de viragem entre a insatisfação e a satisfação.

Assim sendo, em termos globais e tendo em conta os 4 factores analisados “Satisfação Curso e Ensino”, “Satisfação Instalações e equipamentos” e “Satisfação Serviços Isdom” e “Satisfação Desenvolvimento Pessoal” não houve resultados negativos, conforme se pode ver na seguinte tabela mas o factor “Satisfação com Instalações e Equipamentos” encontra-se positiva por pouca margem, sendo o factor que maior insatisfação traz aos alunos inquiridos. Dentro deste factor, a insatisfação com os equipamentos informáticos é unânime em toda os alunos, cursos e idades.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Satisfação Global com o ensino	30	3	7	5,20	,961
Satisfação Geral Instalações e Equipamentos	30	2	5	3,80	1,095
Satisfação geral com os serviços	30	2	6	4,03	,964
Satisfação Geral com Experiência e Des. Pessoal	30	4	7	5,50	,731
Valid N (listwise)	30				

### Curso

- Satisfação conteúdo Programático:

O curso mais satisfeito com o conteúdo programático é o de Comunicação Aplicada, seguido de solicitadoria e de Contabilidade e Administração. O curso menos satisfeito é o de Design e o de Engenharia de Produção Industrial.

- Satisfação serviços tesouraria:

Os alunos de recursos humanos encontram-se todos bastante satisfeitos com os serviços de tesouraria enquanto os alunos de comunicação aplicada se encontram insatisfeitos. Os cursos de contabilidade e administração e Design têm 50% dos alunos satisfeitos e 50% dos alunos insatisfeitos com este item.

- Melhoria Capacidade Escrita

O curso mais satisfeito com a melhoria da capacidade escrita é o de Gestão de Recursos humanos tendo em contraponto o de Design, que é o que se encontra menos satisfeito com este item mas ainda assim satisfeito.

- Imagem e Reputação da Instituição

Os alunos do curso de Comunicação aplicada estão insatisfeitos com a imagem e reputação do ISDOM. Os mais satisfeitos são os alunos dos cursos de Solicitadoria e Gestão de Recursos Humanos.

### *Ano de Curso*

- Empreendedorismo

Os alunos do 1º ano são os mais satisfeitos com o empreendedorismo enquanto os alunos do 2º ano se encontram insatisfeitos.

- Satisfação serviço Orientação novos estudantes

Os alunos do 1º ano são os que se encontram mais satisfeitos com os serviços de Orientação aos novos estudantes. Os menos satisfeitos são os alunos do 3º ano.

- Satisfação serviços actividades extra curriculares

Os alunos do 1º ano são os que se encontram mais satisfeitos com as actividades extracurriculares, em oposição os anos alunos do 3º ano encontram-se insatisfeitos com este item.

- Satisfação serviços inserção profissional

Os alunos do 1º ano são os que se encontram mais satisfeitos com os serviços de inserção profissional. Os menos satisfeitos são os alunos do 2º ano.

- Satisfação geral com os serviços

Os alunos 1º anos são os mais satisfeitos em geral com os serviços do ISDOM. Os alunos do 2º ano e 3º ano encontram-se todos satisfeitos, exceção feita para 26,3% dos alunos do 3º ano, que responderam negativamente a este item.

- Satisfação Edifícios

O 3º ano é menos satisfeito com este item, dando-lhe uma pontuação negativa e os do 1º ano os mais satisfeitos.

- Satisfação Salas de Aulas

Os menos satisfeitos são os alunos do 3º ano, que classificam este item negativamente e os mais satisfeitos com este item os do 1º ano.

- Satisfação Instalações Sanitárias

Os menos satisfeitos são os alunos do 3º ano, que classificam este item negativamente e os mais satisfeitos com este item os do 1º ano.

- Satisfação Espaços de lazer

Os menos satisfeitos são os alunos do 3º ano, que classificam este item negativamente e os mais satisfeitos com este item os do 1º ano.

### *Idade*

- Satisfação serviços inserção profissional

A faixa etária dos 18-25 encontra-se insatisfeita e as faixas dos 26-35 e dos 36-55 encontram-se satisfeitas.

- Satisfação serviço Orientação novos estudantes

A faixa etária dos 18-25 anos encontra-se insatisfeita com este item, seguida da dos 26-35, que se encontra medianamente satisfeita, sendo a dos 36-55 a mais satisfeita.

- Empreendedorismo

A faixa etária dos 18-25 anos encontra-se insatisfeita com este item. Da faixa etária dos 26-35 apenas 55,5% se encontra satisfeita.

- Satisfação Tamanho turmas

A faixa etária entre os 18-25 é a mais satisfeita e a dos 26-35 a menos satisfeitas mas mesmo assim, positivamente satisfeita;

- Satisfação Recursos Informáticos

A faixa etária mais insatisfeita é a dos 18-25 mas temos que realçar que este é avaliado negativamente por todas as faixas etárias:

- Satisfação Geral Instalações e Equipamentos

A faixa etária mais insatisfeita é a dos 18-25 mas temos que realçar que este é avaliado negativamente por todas as faixas etárias:

- Recomendaria o Curso a outras pessoas

A faixa etária que mais recomendaria o Curso é a faixa etária dos 36-55 anos. As faixas etárias dos 18-25 e dos 26-35 estão empatadas positivamente na sua média de satisfação positiva.

- Voltaria a candidatar-se ao Isdom

A faixa etária que voltaria a recomendar o ISDOM é a dos 36-55 anos.

### *Sugestões obtidas através do questionário*

O questionário também contemplava uma parte escrita de sugestões, as quais não foram tratadas estatisticamente e que são aqui transcritas. Dos 30 inquiridos, 6 deram as seguintes sugestões, o que representa 20% do total:

Melhoria equipamentos informáticos; Melhor Aquecimento; Melhores condições edifícios, salas de aulas e estacionamento; Iluminação aulas, aquecimento; Conteúdo programático engenharia mal adequado à realidade e melhores professores.

Da análise dos resultados constata-se que as melhorias aplicadas durante este ano lectivo ao nível do parque de estacionamento, bar, e edifício lectivo já influenciaram positivamente os alunos do 1º ano que são aqueles que se mostram mais satisfeitos com os mesmos em contraponto com os alunos do 3º ano que respondem negativamente a todos estes itens porque estas já lhes chegaram tardiamente, apenas no último ano de curso.

Os alunos da faixa etária entre os 36-55 anos são aqueles que melhor opinião tem do ISDOM e dos seus cursos e que por isso mais o recomendam.

#### **4.1 Recomendações**

Em face dos resultados obtidos e tendo em conta a importância da satisfação dos alunos, enquanto clientes externos e como alunos para a sua boa divulgação, promoção, retorno e fidelização recomenda-se que a Direcção do ISDOM continue o seu processo de melhoria das instalações do mesmo, seja a nível estrutural, seja a nível de equipamentos. O investimento em equipamentos informáticos actualizados, em aquecimento e em iluminação nas salas de aulas revelam-se de elevada pertinência.

### **5 Limitações do Estudo**

O questionário embora apresente um bom nível de alpha o que lhe confere um elevado nível de consistência interna, dá como resultado da análise factorial que a matriz é negativa, não devolvendo o valor de teste de “KMO e Bartlett”. Acreditamos que se deve ao número de itens a analisar que não se adequava ao total da população do ISDOM, sendo necessárias um número de respostas entre 100 e 200 para que o seu valor de alpha de cronbach subisse. Este questionário foi adaptado do “Inquérito à Experiência dos estudantes de primeiro Ciclo de Estudos da Nova”, que está devidamente testado e reconhecido na sua fiabilidade e validade mas foi concebido para uma população-alvo de mais de 10000 indivíduos enquanto a população-alvo do ISDOM total é de 99 alunos, o que representa 0,99% da população-alvo original para o qual foi concebido e por isso não se adequa na totalidade. Também gostaríamos de referir que sofremos grandes limitações de tempo para a elaboração e análise adequada deste estudo.

## 6 Conclusão

A pesquisa de satisfação de alunos é, de facto, uma ferramenta eficaz para o estudo e a prática de comportamento do consumidor de aulas e para a avaliação da própria instituição estudada, validando os estudos de Carvalho e de Schreiner.

Vivemos um ambiente organizacional, cujos factores de entrega de valor para os envolvidos no processo mudaram. Todos os desempenhos organizacionais precisam responder pronta e competentemente aos requerimentos dos alunos. As Instituições de Ensino Superior representam a segunda família do aluno e vêm-se tornando cada vez mais acompanhadas de serviços, tentando diferenciar, no limite do possível, a sua oferta.

A partir dos resultados colhidos e analisados, podemos concluir que a satisfação do aluno, enquanto cliente, é um caminho alternativo a todos aqueles interessados na melhoria da qualidade do ensino superior, em geral, e da administração, em particular, capaz de viabilizar e gerar soluções adequadas para os problemas levantados.

Este estudo que recolheu informações sobre a satisfação dos estudantes deste Instituto Superior relativamente ao ensino, instalações, equipamentos, serviços, ligação ao exterior, experiência e desenvolvimento pessoal e insere-se num processo de qualidade e melhoria contínua promovido pelo ISDOM.

Numa fase posterior, pretende-se proceder a melhorias em todo o processo, com vista ao aumento da qualidade dos serviços prestados.

As informações obtidas a partir deste estudo permitirão à direção do ISDOM tomar decisões de melhorias e investimentos na sua estrutura, a partir da percepção dos seus alunos, alinhada aos objetivos estratégicos da instituição.

Essa pesquisa deve continuar no sentido de identificar os perfis dos alunos e as suas avaliações de importância e de satisfação. A partir dessa discriminação dos alunos, a Instituição pode desenvolver estratégias de melhoria da qualidade.

Do ponto de vista da gestão de marketing de serviços, a proposta metodológica apresentada neste trabalho pode ser considerada uma ferramenta de controlo de qualidade, que atende as necessidades de pesquisa com o público-alvo para definição de estratégias de

posicionamento de mercado, sem deixar de lado as necessidades de controlo de qualidade académicas exigidas pelo órgão regulador do setor.

## Bibliografia

(OWG), T. B. (2003). UNDERSTANDING STUDENT SATISFACTION. *BC College & Institute Student Outcomes* , p. 4.

Alta, C. d. *O que determina a satisfação dos alunos do ensino superior?* Brasil: Universidade de.

BECKER, C. (2011). *A CONTRIBUIÇÃO DO ENDOMARKETING NO COMPROMETIMENTO* . Brasil: UNIVERSIDADE FEEVALE.

Freitas, A. L. (2009). A auto-avaliação de Instituições de Ensino Superior. *Revista Iberoamericana de Educacion* .

Helena, L. A. *Satisfação do Aluno: Satisfação do Aluno, enquanto cliente nas Instituições de Ensino Superior (IES)*. Brasil: UNICASTELO – Universidade Camilo Castelo Branco.

Jacqueline Douglas, A. D. (2009). Measuring student satisfaction at. *Emerald Insight* , 17.

Lisboa, U. N. (2010/2011). Estado Atual da Satisfação dos Estudantes de Primeiro Ciclo da NOVA. Lisboa.

Lisboa, U. N. (2012). *Experiência dos Estudantes de Primeiro Ciclo de Estudos da NOVA*. Lisboa: UA-Gabinete de Apoio à Qualidade do Ensino.

Madureira. (1990). *Introdução á Gestão*. Lisboa: Publicações D. Quixote.

Philip Kotler, K. L. (2009). *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Education do Brasil.

Projest-Q. (2007). *A comunicação interna na UFP na perspectiva do Quesci*. Porto: Uiversidade Fernando Pessoa.

Tuckman, B. (1994). *Manual de Investigação em educação. Como conhecer e realizar o processo de investigação em educação*. Lisboa: Fundação Gulbenkian.

## Anexos

### Alpha de Cronbach's

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Satisfação conteúdo Programático	164,59	818,405	,151	,960
Satisfação Interacção Docentes	163,78	809,410	,427	,959
Satisfação Transmissão Conhecimentos	164,41	799,943	,500	,958
Satisfação Tamanho turmas	164,59	815,635	,136	,961
Satisfação Volume Trabalho Exigido	164,56	808,103	,464	,958
Satisfação Global com o ensino	164,59	792,789	,672	,957
Satisfação Edifícios	166,37	787,319	,629	,958
Satisfação Salas de aula	166,26	776,123	,778	,957
Satisfação Instalações Sanitárias	165,93	774,610	,689	,957
Satisfação Parque Estacionamento	165,78	793,103	,507	,958
Satisfação Bar	164,89	812,564	,163	,961
Satisfação Recursos Informáticos	167,00	790,308	,604	,958
Satisfação Limpeza Geral	164,78	799,256	,510	,958
Satisfação Espaços Lazer	166,04	772,575	,707	,957
Satisfação espaço Biblioteca	166,52	783,798	,597	,958
Satisfação Geral Instalações e Equipamentos	165,85	781,131	,735	,957
Satisfação serviços inserção profissional	165,56	798,179	,494	,958
Satisfação serviço Orientação novos estudantes	165,59	779,251	,801	,957
Satisfação serviços Associação Estudantes	165,74	768,507	,754	,957
Satisfação serviços biblioteca	166,22	794,333	,528	,958
Satisfação serviços tesouraria	165,63	792,242	,468	,959
Satisfação serviços Académicos	165,74	796,353	,550	,958

Satisfação serviços actividades extra curriculares	166,15	775,516	,693	,957
Satisfação geral com os serviços	165,67	786,538	,725	,957
Empregabilidade	166,04	782,345	,757	,957
Empreendedorismo	165,96	768,960	,837	,956
Imagem e Reputação da Instituição	165,96	786,114	,618	,958
Actividades Extra- Curriculares	166,15	774,054	,810	,957
Eventos (conferências, Seminários,etc)	165,26	770,353	,764	,957
Melhoria Capacidade Escrita	164,74	800,815	,602	,958
Melhoria Capacidade Oral	164,44	800,795	,598	,958
Melhoria Capacidade Liderança	164,44	792,641	,613	,958
Melhoria Capacidade Trabalho Equipa	164,41	797,405	,628	,958
Satisfação Geral com Experiência e Des. Pessoal	164,26	806,276	,561	,958
Expectativa	165,26	778,353	,722	,957
Recomendaria o Instituto a outras pessoas	164,63	762,934	,857	,956
Recomendaria o Curso a outras pessoas	164,15	788,054	,509	,958
Voltaria a candidatar-se ao Isdom	164,70	753,217	,765	,957
Ideal	166,11	758,718	,794	,956

## Análise Factorial

Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Satisfação conteúdo Programático	-,185	,302	,453	-,351	,409	-,090	,162	,187
Satisfação Interacção Docentes	,092	,217	,082	-,087	,781	,316	,123	-,012
Satisfação Transmissão Conhecimentos	,289	,315	,063	-,047	,815	,091	,016	-,145
Satisfação Tamanho turmas	,085	,040	,037	-,018	,019	,015	-,216	,890
Satisfação Volume Trabalho Exigido	,057	,156	,281	,231	,736	-,065	,046	,329
Satisfação Global com o ensino	,416	,233	,288	-,008	,364	,038	,397	,528
Satisfação Edifícios	,083	,106	,763	,245	,270	,279	,296	-,039
Satisfação Salas de aula	,265	,182	,785	,232	,267	,210	,216	,117
Satisfação Instalações Sanitárias	,295	,159	,710	,116	,101	,401	,027	-,007
Satisfação Parque Estacionamento	,182	,251	,383	,265	,227	-,040	,614	-,284
Satisfação Bar	-,094	,144	,111	-,015	,056	,192	,887	-,100
Satisfação Recursos Informáticos	,273	,113	,372	,312	-,111	,584	,216	-,073
Satisfação Limpeza Geral	,262	,030	,163	-,016	,234	,778	-,081	,094
Satisfação Espaços Lazer	,577	,151	,120	,560	-,099	,186	,124	,231
Satisfação espaço Biblioteca	,287	,121	,112	,767	,104	,294	-,209	,193
Satisfação Geral Instalações e Equipamentos	,540	,344	,474	,281	-,083	,007	,161	,009
Satisfação serviços inserção profissional	,813	,075	-,123	-,014	-,020	-,108	,224	,273
Satisfação serviço Orientação novos estudantes	,667	,063	,223	,248	,423	,109	,160	,299
Satisfação serviços Associação Estudantes	,823	,314	,102	,067	,135	,111	-,039	,014
Satisfação serviços biblioteca	,452	,048	-,004	,794	-,027	,077	,086	-,209
Satisfação serviços tesouraria	,010	,021	,210	,421	,118	,738	,275	-,106
Satisfação serviços Académicos	,099	,364	,247	,730	,053	,104	,121	-,144

Satisfação serviços actividades extra curriculares	,418	,039	,122	,497	,109	,524	,207	,097
Satisfação geral com os serviços	,535	,065	,108	,450	-,063	,506	,061	,330
Empregabilidade	,852	,063	,086	,187	,218	,148	,084	,004
Empreendedorismo	,788	,337	,066	,280	,176	,152	,056	,045
Imagem e Reputação da Instituição	,577	,433	,183	-,074	,118	,182	-,238	-,002
Actividades Extra- Curriculares	,827	,192	,124	,236	,143	,199	,054	-,052
Eventos (conferências, Seminários,etc)	,732	,324	,194	,225	-,068	,173	-,045	,073
Melhoria Capacidade Escrita	,214	,743	,204	,165	,114	,049	,186	,060
Melhoria Capacidade Oral	,128	,864	,215	,164	,116	,034	,163	,066
Melhoria Capacidade Liderança	,240	,831	,157	,086	,183	,051	-,041	,142
Melhoria Capacidade Trabalho Equipa	,320	,765	,097	,160	,343	-,109	,076	-,011
Satisfação Geral com Experiência e Des. Pessoal	,347	,845	-,050	-,044	,120	,152	,034	-,049
Expectativa	,705	,249	,143	,177	,471	,017	-,156	-,100
Recomendaria o Instituto a outras pessoas	,635	,286	,417	,188	,136	,394	-,185	-,022
Recomendaria o Curso a outras pessoas	,287	,188	,642	-,226	,053	,109	-,092	,487
Voltaria a candidatar-se ao Isdom	,743	,124	,349	,150	-,083	,354	-,174	,067
Ideal	,707	,219	,530	,170	,021	,038	-,134	,064

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 10 iterations.

## Questionário

Convidamos todos os estudantes participar no estudo “Inquérito sobre a Satisfação dos alunos do ISDOM”, elaborado por Vitor Manuel Ferreira, aluno nº21004428 do 3º ano do Curso de Comunicação Aplicada ao Marketing, Publicidade e Relações Públicas.

Este inquérito pretende recolher informação sobre a sua satisfação enquanto estudante do ensino superior relativamente ao ensino, instalações, equipamentos, serviços, ligação ao exterior, experiência e desenvolvimento pessoal e insere-se num processo de qualidade e melhoria contínua promovido pelo ISDOM.

Numa fase posterior, pretende-se proceder a melhorias em todo o processo, com vista ao aumento da qualidade dos serviços prestados.

Este questionário é dirigido a todos os alunos. Os resultados, sob forma anónima, serão depois entregues ao Instituto Superior D. Dinis que tem total conhecimento deste trabalho.

Mais se declara que a informação recebida se destina exclusivamente ao investigador e entidade que representa - Instituto Superior D. Dinis - e que não será divulgado ou utilizada para fins diferentes de trabalhos académicos ou de investigação.

O questionário é composto por 12 perguntas, sendo o tempo médio de resposta estimado em 5 minutos.

Este questionário decorrerá durante os dias 21 a 27 de Maio de 2013.

A sua participação é fundamental! AJUDE-NOS A MELHORAR.

Equipa Responsável:

Vitor Manuel Ferreira, Aluno nº 21004428 do 3º Ano do Curso de Comunicação Aplicada – Investigador

Professora Doutora Sandra Figueiredo – Orientadora

Pedimos a sua colaboração no preenchimento deste Inquérito QUE VISA ANALISAR a sua satisfação em relação ao ensino, instalações, equipamentos, serviços, ligação ao exterior, experiência e desenvolvimento pessoal. A SUA OPINIÃO É IMPORTANTE.

#### Caracterização da amostra

1	Género	Masculino <input type="checkbox"/>	Feminino <input type="checkbox"/>
---	--------	------------------------------------	-----------------------------------

2	Faixa Etária	Menos 18 <input type="checkbox"/>	18-25 <input type="checkbox"/>	26-35 <input type="checkbox"/>	36-55 <input type="checkbox"/>	Acima de 55 <input type="checkbox"/>
---	--------------	-----------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------------

3	Ano	3.1	1º Ano	<input type="checkbox"/>
		3.2	2º Ano	<input type="checkbox"/>
		3.3	3º Ano	<input type="checkbox"/>

4	Curso	4.1	Engenharia	<input type="checkbox"/>
		4.2	Solicitadoria	<input type="checkbox"/>
		4.3	Gestão de Recursos Humanos	<input type="checkbox"/>
		4.4	Comunicação Aplicada	<input type="checkbox"/>
		4.5	Contabilidade	<input type="checkbox"/>

		4.6	Design	<input type="checkbox"/>
--	--	-----	--------	--------------------------

SATISFAÇÃO
------------

**5 - Indique o seu grau de satisfação com os seguintes aspectos relacionados com o ensino no seu curso:**

		7 - Muito Satisfeito	6	5	4	3	2	1 -Muito Insatisfeito
5.01	Conteúdo programático do Curso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.02	Interação com os docentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.03	Capacidade de transmissão de conhecimentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.04	Dimensão das Turmas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.05	Volume de trabalho exigido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.06	Satisfação global com o ensino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6 - Indique o seu grau de satisfação com os seguintes aspectos relacionados com as instalações e equipamentos do ISDOM:**

		7 - Muito Satisfeito	6	5	4	3	2	1 - Muito Insatisfeito
6.01	Edifícios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.02	Sala de Aulas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.03	Instalações Sanitárias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.04	Parque de estacionamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.05	Bar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.06	Recursos informáticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.07	Limpeza Geral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.08	Espaços de Lazer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.09	Espaço da Biblioteca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.1.2	Satisfação com instalações e equipamentos (informáticos, videoprojectores, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**7 - Indique o seu grau de satisfação com os seguintes aspectos relacionados com os serviços prestados pelo ISDOM:**

		7 - Muito Satisfeito	6	5	4	3	2	1- Muito Insatisfeito
7.01	Inserção Profissional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.02	Orientação de novos estudantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.03	Serviços informáticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.04	Associação de Estudantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.05	Biblioteca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.06	Tesouraria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.07	Serviços Académicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.08	Actividades extra curriculares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.09	Satisfação com os Serviços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**- Indique o seu grau de satisfação com a oferta dos aspectos relacionados com a ligação ao exterior do ISDOM:**

		7 - Muito Satisfeito	6	5	4	3	2	1-Muito Insatisfeito
8.01	Empregabilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8.02	Empreendedorismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.03	Imagem e reputação da instituição	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.04	Actividades extra curriculares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**9 - Indique o seu grau de satisfação com os seguintes aspectos relacionados com a sua experiência e desenvolvimento pessoal enquanto aluno:**

		7 - Muito Satisfeito	6	5	4	3	2	1- Muito Insatisfeito
9.01	Melhoria da capacidade de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.02	Melhoria da capacidade de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.03	Melhoria da capacidade de liderança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.04	Melhoria da capacidade de trabalho em equipa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.05	Satisfação geral com a experiência e desenvolvimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**10 - Considerando a sua experiência com os diferentes aspectos do ambiente de aprendizagem já referidos (ensino, instalações, equipamentos, serviços, ligação ao exterior, experiência e desenvolvimento pessoal) como situa o ISDOM em relação às suas expectativas antes de frequentar o ensino superior:**

		7 -Muito Acima	6	5	4	3	2	1- Muito Abaixo
10.1	Expectativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**11- Considerando a sua experiência com os diferentes aspectos do ambiente de aprendizagem já referidos, indique-nos com que probabilidade:**

		7 -Muito Provável	6	5	4	3	2	1 - Nada Provável
11.01	Recomendaria o Instituto a outras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.02	Recomendaria o curso a outras pessoas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.03	Voltaria a candidatar-se ao ISDOM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**12- Imagine uma universidade ideal, em que tudo é perfeito em termos de ensino, instalações, equipamentos, serviços, ligação ao exterior e desenvolvimento pessoal dos estudantes. Como situa o ISDOM em relação a este ideal?**

		7 -Muito Próximo	6	5	4	3	2	1 - Muito
12.01	Ideal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Muito Obrigado pela sua Colaboração!**