



ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS CST EM MARKETING

Prof. Dr. Adib Abdouni
REITOR

Prof. Dr. Luiz Ricardo Guimarães
Diretor da IES – BAURU/SP

Profa. Me. Andrea Luiza Escarabelo Sotero
Coordenadora do Curso

Adalberto Baptista
Secretário Acadêmico

BAURU
2020

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	3
2 OBJETIVO DO PROGRAMA.....	3
2.1 Objetivo geral	3
2.2 Objetivos específicos	3
3 JUSTIFICATIVA	4
4 ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS NO CST DE MARKETING	5
4.1 Objetivo Geral	5
4.2 Objetivo específico.....	5
5.1Intrumento de coleta de dados.....	6
5.2 Da demonstração dos resultados	6
ANEXO I – QUESTIONÁRIO DE COLETA DE DADOS.....	8

1 APRESENTAÇÃO

O IESB – Instituto de Ensino Superior de Bauru, observando a necessidade de acompanhamento de seus egressos, elaborou um canal de comunicação com os seus egressos. O programa de Acompanhamento de Egresso – PAE é uma metodologia de pesquisa e avaliação que surge com a finalidade de facilitar a troca de informações e a integração da instituição com os ex-alunos e consequentemente com a sociedade.

2 OBJETIVO DO PROGRAMA

2.1 Objetivo geral

Efetuar o acompanhamento do aluno egresso, segundo as exigências e diretrizes do MEC, dentro do processo de Avaliação Institucional, estabelecendo diagnósticos que possam auxiliar nas políticas de gestão acadêmica e administrativa.

2.2 Objetivos específicos

- ✓ Acompanhar e avaliar aspectos relacionados à inserção dos egressos no mercado de trabalho;
- ✓ Obter, junto aos ex-alunos, elementos que identifiquem níveis de qualidade dos cursos;
- ✓ Obter indicadores de adequação dos currículos dos cursos, através de pesquisa junto aos egressos;
- ✓ Propor medidas sistematizadas, a partir dos indicadores, voltadas ao aperfeiçoamento dos cursos;
- ✓ Propor ações diferenciadas, buscando o estreitamento das relações entre os egressos e a Faculdade;
- ✓ Possibilitar a formação de sistema de troca de informações entre ex-alunos sobre dados profissionais (empregos, contatos com empresas etc.) e acadêmicos (cursos, palestras, simpósios, dentre outros);

- ✓ Realizar cursos e eventos, articulando a integração dos egressos com a Graduação, a Coordenação de Extensão e Assuntos Comunitários, a Coordenação de Pós-Graduação e a Empresa Júnior;
- ✓ Implementar a criação de um sistema informatizado que mantenha banco de dados dos egressos, contendo informações pessoais, acadêmicas, profissionais e outras adicionais, que possibilitarão o acompanhamento das ações do PAE, bem como a atualização das fontes de comunicação com ex-alunos;
- ✓ Efetuar pesquisa permanentemente junto aos alunos concluintes e egressos, permitindo o fornecimento de subsídios quantitativos e qualitativos sobre as necessidades sociais do ensino superior, funcionando como fonte de pesquisa para a graduação, extensão e especialização.

3 JUSTIFICATIVA

Uma atuação mais segura por parte das instituições de ensino superior deve ser fundamentada no conhecimento do processo que envolve o acesso à instituição, o desenvolvimento das matrizes curriculares e a trajetória dos egressos na sociedade e no mercado de trabalho.

A caracterização do perfil socioeconômico dos candidatos, o acompanhamento dos alunos selecionados, desde o momento da sua entrada na instituição até a sua inserção no mercado de trabalho, além da observação do desenvolvimento acadêmico ao longo do curso – pode proporcionar à instituição, detectar os aspectos que deverão ser aperfeiçoados nos processos de acesso, a adequação constante das matrizes curriculares às dinâmicas tecnológicas, a incorporação de demandas da sociedade através de instrumentos previstos nas matrizes dos cursos tais como estágios, pesquisas e extensão.

O acompanhamento dos egressos de uma IES deve trazer no seu bojo a avaliação das condições de trabalho e de renda dos profissionais, o seu campo de atuação profissional, a avaliação que ele faz da instituição e do seu curso na condição de egresso e quais são suas intenções quanto à formação continuada.

Portanto, o Programa de Acompanhamento de Egressos visa constituir uma ferramenta e uma fonte de dados e informações para a autoavaliação do IESB.

O Programa de Acompanhamento de Egressos busca evidenciar a temática para além da avaliação e da caracterização de egressos, explorando a real contribuição do IESB na melhoria de vida do ex aluno e consequentemente do meio onde ele vive.

4 ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS NO CST DE MARKETING

4.1 Objetivo Geral

Acompanhar os egressos do CST de Marketing identificando a coerência com os objetivos do curso e com o perfil do egresso objetivado pelo CST de Marketing, assim como entender qual é a necessidade do mercado de trabalho fornecendo índices para a autoavaliação do curso.

4.2 Objetivo específico

- Avaliar o desempenho do curso, através da pesquisa do grau de satisfação do concluinte e do acompanhamento do desenvolvimento profissional dos egressos;
- Identificar o grau de compatibilidade entre a formação e as demandas sociais e do mercado de trabalho;
- Promover encontros, curso de extensão e palestras direcionadas a ex-alunos;
- Manter registro atualizado de alunos egressos;
- Identificar os elementos limitadores do acesso dos egressos ao mercado de trabalho para o Marketing.
- Detectar as áreas de atuação, o nível de coerência com a sua área de atuação e os níveis de atuação dos egressos contratados;
- Identificar o índice de satisfação dos profissionais formados pela Instituição, o grau de compatibilidade entre a sua formação e as demandas a sociedade e do mundo do trabalho e ainda as suas expectativas quanto à formação profissional e tecnológica continuada.

5 METODOLOGIA

O acompanhamento de egressos irá ocorrer em cada ano letivo, através de:

- Convites para ministrar uma palestra dialogada e participar da confraternização com os novos alunos e veteranos.
- Convites para participarem dos cursos de desenvolvimento profissional.
- Pesquisa em formulário eletrônico enviado via WhatsApp, e-mail, Messenger, Fan Page do CST de Marketing, matrícula em segunda graduação e atendimentos feitos pela secretaria acadêmica.
- Através do canal no site da faculdade em que o egresso poderá postar o seu depoimento sobre o curso e sobre o IESB.

5.1 Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados é composto de questionário semiaberto, com 13 questões de múltipla escolha e duas questões abertas, dividido em quatro categorias: informações do egresso; inserção no mercado de trabalho; avaliação do curso de Marketing; avaliação da IES; sugestões de cursos e outras **(ANEXO I)**.

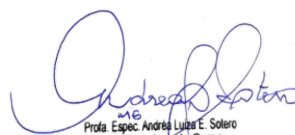
5.2 Da demonstração dos resultados

Após a coleta de dados as respostas serão analisadas e demonstradas em gráficos que serão apresentados ao NDE e colegiado do curso.

6 CONCLUSÃO

O programa, visa construir um panorama acerca dos egressos, sua inserção no mercado de trabalho e a contribuição do CST de Marketing para a sociedade. O que consequentemente permitirá aos gestores, saber onde estão seus formados, o que estão fazendo e qual sua contribuição social e qual a quantidade e a qualidade desta contribuição para o desenvolvimento sócio econômico, humano e cultural da

cidade de Bauru, do Estado de São Paulo e até mesmo de outras regiões do país. Assim sendo, o Programa de Acompanhamento de Egressos tem a pretensão de se constituir numa fonte de dados e informações para a autoavaliação permanente do CST de Marketing, o que proporcionará a avaliação da qualidade dos serviços educacionais prestados à sociedade e a necessidade de adequação da matriz curricular ofertada, formação dos docentes e infraestrutura.



Prof. Espec. André Luis E. Solero
Coordenador de Curso
RG nº 19.423.790

ANEXO I – QUESTIONÁRIO DE COLETA DE DADOS

Olá prezados egressos do curso de Tecnologia em Marketing do IESB!

Somos muito gratos por termos contribuído para o desenvolvimento de suas vidas profissionais pelo período de dois anos em que estivemos juntos. É importante que estreitemos os vínculos e que todos saibam que as portas da nossa faculdade estarão sempre abertas para vocês. Essa pesquisa faz parte do nosso programa de acompanhamento de egressos e seria muito importante a sua participação para o desenvolvimento do nosso curso.

Desde já, agradecemos.

Profa. Mestre Andrea Sotero - Coordenadora do curso

CATEGORIA I – Informações do egresso

1- Seu e-mail (opcional)

2- Em que ano você concluiu o CST de Marketing?

() 2011 2012 () 2013 () 2014 () 2015 () 2016 () 2017 () 2018 () 2019 ()

CATEGORIA II – Inserção no mercado de trabalho

3- Você está exercendo atividade profissional atualmente?

() Sim, na área de Marketing

() Sim, em área diferente do Marketing

() Não estou trabalhando

4- Em que tipo de organização você exerce sua atividade profissional ?

() Sou autônomo(a)

() Tenho minha consultoria em Marketing

() Empresa privada

() Empresa pública

() Não trabalho

5- Qual é o nível do cargo que você ocupa?

() Consultor externo

() Presidência

() Direção

() Coordenação e gerência

() Assistente

() Outro

6- Qual é a sua faixa salarial?

() Até 5 salários mínimos

() De 5 a 10 salários mínimos

() De 11 a 20 salários mínimos

() Acima de 20 salários mínimos

7- Você se sente satisfeito(a) em sua atividade profissional?

() Sim () Não

8- Atualmente, você considera o seu desempenho profissional:

☐ Ótimo ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Péssimo

CATEGORIA III – avaliação do CST de Marketing

9- As disciplinas do curso contribuíram para o desempenho profissional?

☐ Muito ☐ Razoavelmente ☐ Pouco ☐ Nada

10- O curso de Marketing contribuiu para o seu desempenho pessoal e cultural?

☐ Muito ☐ Razoavelmente ☐ Pouco ☐ Nada

11- Os cursos que você fez de pós-graduação foram do nível:

☐ Profissionalizante ☐ Especialização ☐ Mestrado ☐ Doutorado ☐ Não fiz nada

12- Qual é o conceito que você atribui ao CST de Marketing?

☐ Ótimo ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Péssimo

13- Qual o conceito que você atribui aos professores?

☐ Ótimo ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Péssimo

14- Cite os pontos positivos e negativos do curso de Marketing do IESB?

15- Quais sugestões você daria para o aperfeiçoamento do curso de Marketing do IESB?
