

Avaliação Institucional USCS



MARKETING

Comissão Própria de Avaliação (CPA)

A CPA USCS é um órgão obrigatório em todas as instituições de ensino superior criada pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional.

Tem como objetivo principal coordenar a autoavaliação institucional que avalia a qualidade de ensino, da pesquisa, da extensão, da gestão e da infraestrutura da instituição.

Para ter mais informações sobre a CPA, acesse uscs.edu.br/cpa e confira os resultados dos levantamentos.

Presidente: Profa. Dra. Maria do Carmo Romeiro

Participantes: 27 participantes na seguinte composição:
Presidente (1), Secretária (1) e membro da reitoria (1),
Representantes do corpo docente (12),
Representantes do Corpo técnico-administrativo (5),
Representantes do corpo discente (5) e
Representantes da comunidade externa (2).

► Nível de Participação

Segmentação	População	Respondentes	Participação
Graduação Presencial*	7.888	4.435	56,2%
Medicina	1.894	963	50,8%
Total	9.782	5.398	55,2%

*exceto medicina

**PARTICIPAÇÃO
GERAL
55,2%**

MARKETING DISCENTES

População: 146

Respondentes: 69

Nível de participação:

47,3%

► **Notas Metodológicas**

- Período de coleta: 24 de outubro a 21 de novembro de 2024.
- Autopreenchimento.

I. Perfil dos Entrevistados



► Perfil dos entrevistados

▪ Gênero dos entrevistados

Gênero	N	%
Feminino	44	63,8
Masculino	25	36,2
Total	69	100,0

▪ Idade dos entrevistados

Faixas de Idade	N	%
até 18 anos	7	10,1
19 a 24 anos	57	82,7
25 a 29 anos	5	7,2
30 anos ou mais	-	-
Total	69	100,0
Idade média	21 anos	

▪ Município de Residência dos Entrevistados

Município	N	%
Santo André	30	43,6
São Caetano do Sul	20	29,0
São Bernardo do Campo	7	10,1
São Paulo	6	8,7
Mauá	5	7,2
Diadema	1	1,4
Total	69	100,0

II. Avaliação da USCS segundo atributos selecionados

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua satisfação/insatisfação com ...?

Para isso, utilize a escala de notas a seguir, onde a nota 0 significa que você está totalmente insatisfeito e a nota 10 que você está totalmente satisfeito.



► Avaliação da satisfação do relacionamento com a COMUNIDADE ACADÊMICA (notas entre 0 e 10)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua satisfação/insatisfação com ...?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Totalmente insatisfeito Totalmente satisfeito	MARKETING				 (1)	
	2º sem/2023		2º sem/2024		2º sem/2024	
	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média
☞ Meu relacionamento com os estudantes da sala	13	6,8	69	8,0	4.419	7,9
☞ Meu relacionamento com os estudantes de outros semestres do curso	11	6,9	65	7,9	3.707	7,4
☞ Meu relacionamento com os professores do curso	13	6,9	69	7,8	4.418	8,0
☞ Devolutiva sobre contatos feitos por e-mails dos estudantes com os professores do curso	10	6,8	61	7,0	3.905	7,7
☞ Meu relacionamento com a gestão do curso	13	6,1	69	6,7	4.435	7,6
☞ Devolutiva sobre contatos feitos por e-mails dos estudantes com a gestão do curso	13	6,7	58	6,3	3.550	7,5
☞ Meu relacionamento com o setor de atendimento ao estudante	9	7,4	59	7,9	3.455	7,4
☞ Meu relacionamento com o setor financeiro	11	8,6	43	8,3	3.050	8,0
☞ Meu relacionamento com o setor de estágios	7	9,5	24	8,3	2.446	7,4
☞ Meu relacionamento com o setor de A.A.C.C	2	6,3	21	8,3	3.262	6,6

(1) cursos presenciais exceto Medicina

(2) Exclui-se: não se aplica / não teve contato

► Avaliação da satisfação do relacionamento com a COMUNIDADE ACADÊMICA (notas entre 0 e 10)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua satisfação/insatisfação com ...?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Totalmente insatisfeito Totalmente satisfeito	MARKETING				 (1)	
	2º sem/2023		2º sem/2024		2º sem/2024	
	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média
☞ Meu relacionamento com a Secretaria do curso	3	7,6	47	7,0	2.891	7,8
☞ Meu relacionamento com a Pró Reitoria Administrativo Financeira	7	8,7	25	7,8	1.985	7,6
☞ Meu relacionamento com a Pró Reitoria de Graduação	5	5,6	30	7,5	1.999	7,7
☞ Meu relacionamento com a Ouvidoria	4	6,5	32	7,2	1.932	7,3
☞ Meu relacionamento com a Reitoria	5	6,8	35	7,1	2.044	7,6

(1) cursos presenciais exceto Medicina

(2) Exclui-se: não se aplica / não teve contato

► Avaliação da Satisfação com as INSTALAÇÕES GERAIS (notas entre 0 e 10)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua satisfação/insatisfação com ...?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Totalmente insatisfeito Totalmente satisfeito	MARKETING				 (1)	
	2º sem/2023		2º sem/2024		2º sem/2024	
	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média
↻ Sinalização para a localização das salas de aula	12	8,0	68	7,4	4.329	7,5
↻ Sinalização para a localização de outras áreas da Universidade (exceto salas de aula)	11	7,8	69	7,4	4.293	7,5
↻ Instalações do Auditório	5	8,6	60	8,2	4.293	8,1
↻ Acomodações da sala de aula	12	6,0	69	5,8	4.408	6,5
↻ Avaliação das instalações sanitárias	13	5,8	69	5,7	4.402	5,7
↻ Avaliação das instalações da Praça de Alimentação	12	7,8	68	8,1	4.280	7,3
↻ Avaliação da qualidade da alimentação na Praça de Alimentação	12	8,1	66	8,4	4.159	7,5
↻ Avaliação da praticidade de acesso para uso do Aplicativo Magikey (sistema de liberação de catracas)	13	8,9	65	8,7	4.353	7,9

(1) cursos presenciais exceto Medicina

(2) Exclui-se: não se aplica / não teve contato

► Avaliação da Satisfação com os LABORATÓRIOS (notas entre 0 e 10)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua satisfação/insatisfação com ...?

Itens avaliados	MARKETING				USCS ⁽¹⁾	
	2º sem/2023		2º sem/2024		2º sem/2024	
	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média
☞ Avaliação das Instalações do Laboratório (dimensão, conservação, acústica, iluminação e limpeza)	6	7,2	48	7,7	3.659	7,8
☞ Facilidade de acesso para uso dos equipamentos do laboratório	5	8,0	45	8,0	3.582	7,7
☞ Disponibilidade para uso do laboratório do seu curso	5	8,2	39	6,9	3.561	7,3
☞ Qualidade/conservação dos equipamentos do laboratório	6	7,7	43	8,0	3.606	7,8

(1) cursos presenciais exceto Medicina

(2) Exclui-se: não se aplica / não teve contato

► Avaliação da Satisfação com a BIBLIOTECA (notas entre 0 e 10)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua satisfação/insatisfação com ...?

	MARKETING				 (1)	
	2º sem/2023		2º sem/2024		2º sem/2024	
	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média
☞ Horário de funcionamento aos usuários da biblioteca	8	9,1	52	8,9	3.217	8,6
☞ Serviço de empréstimo do acervo da Biblioteca	6	8,7	34	9,0	2.527	8,5
☞ Acomodações para estudo na Biblioteca	9	8,2	53	8,8	3.187	8,3
☞ Variedade de periódicos e revistas acadêmicas para seu curso	6	8,7	31	8,4	2.599	8,0
☞ Avaliação do acesso para consulta online – livros / documentos / periódicos disponíveis na Biblioteca	7	9,0	39	8,2	2.825	8,2
☞ Atendimento dos funcionários da Biblioteca no relacionamento com os estudantes	8	9,1	45	9,2	3.060	8,6
☞ Avaliação da biblioteca virtual ou acesso a obras disponíveis em acervos virtuais	8	8,5	34	8,6	2.937	8,2

(1) cursos presenciais exceto Medicina

(2) Exclui-se: não se aplica / não teve contato

► Avaliação da Satisfação com **SISTEMAS ACADÊMICOS / SISTEMAS DE INFORMAÇÕES DA USCS** (notas entre 0 e 10)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua satisfação/insatisfação com ...?

Itens avaliados	MARKETING				USCS ⁽¹⁾	
	2º sem/2023		2º sem/2024		2º sem/2024	
	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média
☞ Avaliação do Portal do Aluno (mentor web) para acompanhamento da sua vida acadêmica	12	8,8	66	8,6	4.310	8,1
☞ Avaliação do Portal do aluno (mentor web) para acompanhamento da sua vida financeira	12	8,8	66	8,8	4.268	8,5
☞ Contribuição das funcionalidades do Google for Education para a aprendizagem	13	8,4	61	8,2	4.234	8,6
☞ Avaliação da qualidade - AVA (Moodle) onde acessa os conteúdos das disciplinas na modalidade EAD	13	6,9	64	7,8	3.496	7,4
☞ Avaliação da qualidade do Ambiente da Plataforma Altissia (curso de idiomas)	4	6,8	28	8,1	2.554	7,3

(1) cursos presenciais exceto Medicina

(2) Exclui-se: não se aplica / não teve contato

► Avaliação da Satisfação com o SISTEMA DE DEPENDÊNCIA / ADAPTAÇÃO (notas entre 0 e 10)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua satisfação/insatisfação com ...?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Totalmente insatisfeito Totalmente satisfeito	MARKETING				 (1)	
	2º sem/2023		2º sem/2024		2º sem/2024	
	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média	Casos válidos ⁽²⁾	Nota média
☞ Avaliação da contribuição para aprendizagem do Sistema do Regime de Dependência [alunos com reprovação]	6	7,3	29	8,1	1.943	7,2
☞ Avaliação da contribuição para aprendizagem do Sistema de Adaptação da USCS [alunos transferidos]	3	9,3	26	8,5	1.613	7,7

(1) cursos presenciais exceto Medicina

(2) Exclui-se: não se aplica / não teve contato

III. Avaliação da Satisfação com ...

- ... com a **Gestão do Curso**
- ... com o **Curso**
- ... com a **USCS**



► Avaliação da Gestão do Curso (SATISFAÇÃO: Notas entre 0 e 10)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a **sua satisfação/insatisfação com a GESTÃO DO SEU CURSO?** Para isso, utilize a escala de notas a seguir, onde a nota 0 significa que você está totalmente insatisfeito e a nota 10 que você está totalmente satisfeito.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Totalmente insatisfeito Totalmente satisfeito		MARKETING				USCS ⁽¹⁾
		2023 1º sem	2023 2º sem	2024 1º sem	2024 2º sem	2024 2º sem
Faixas	Nº de casos	7	13	6*	69	4.435
Até 2	% de casos	14,3	23,1	n.d.	7,2	5,3
De 3 até 4		-	7,6	n.d.	15,9	5,0
De 5 até 6		57,1	15,4	n.d.	18,8	16,6
De 7 até 8		-	15,4	n.d.	27,5	28,4
De 9 até 10		28,6	38,5	n.d.	30,6	44,7
Nota Média		6,0	6,1	n.d.	6,7	7,6
Nota Mediana		5,0	8,0	n.d.	7,0	8,0
Desvio-Padrão		2,7	3,9	n.d.	2,7	2,5
1º Quartil		5,0	2,0	n.d.	5,0	6,0
2º Quartil		5,0	8,0	n.d.	7,0	8,0
3º Quartil		9,0	9,5	n.d.	9,0	10,0

(1) cursos presenciais exceto Medicina

n.d.: não disponível

* Quantidade de respondentes estatisticamente não representativa.

► Avaliação da Satisfação com o Curso (SATISFAÇÃO: Notas entre 0 e 10)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a **sua satisfação/insatisfação com o CURSO?**
Para isso, utilize a escala de notas a seguir, onde a nota 0 significa que você está totalmente insatisfeito e a nota 10 que você está totalmente satisfeito.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Totalmente insatisfeito Totalmente satisfeito		MARKETING				USCS ⁽¹⁾
		2023 1º sem	2023 2º sem	2024 1º sem	2024 2º sem	2024 2º sem
Faixas	Nº de casos	7	13	6*	69	4.435
Até 2	% de casos	28,6	-	n.d.	5,8	2,7
De 3 até 4		-	-	n.d.	7,2	4,2
De 5 até 6		28,6	46,2	n.d.	20,3	15,9
De 7 até 8		14,2	23,1	n.d.	39,2	36,1
De 9 até 10		28,6	30,7	n.d.	27,5	41,1
Nota Média		5,7	7,2	n.d.	7,0	7,7
Nota Mediana		6,0	7,0	n.d.	7,0	8,0
Desvio-Padrão		3,5	1,8	n.d.	2,5	2,1
1º Quartil		1,0	5,5	n.d.	6,0	7,0
2º Quartil		6,0	7,0	n.d.	7,0	8,0
3º Quartil		9,0	9,0	n.d.	9,0	10,0

(1) cursos presenciais exceto Medicina

n.d.: não disponível

* Quantidade de respondentes estatisticamente não representativa.

► Avaliação Geral da USCS (SATISFAÇÃO: Notas entre 0 e 10)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua **satisfação/insatisfação atual com a INSTITUIÇÃO como um todo**? Para isso, utilize a escala de notas a seguir, onde a nota 0 significa que você está totalmente insatisfeito e a nota 10 que você está totalmente satisfeito.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Totalmente insatisfeito Totalmente satisfeito		MARKETING				USCS ⁽¹⁾
		2023 1º sem	2023 2º sem	2024 1º sem	2024 2º sem	2024 2º sem
Faixas	Nº de casos	7	13	6*	69	4.435
Até 2	% de casos	14,3	7,6	n.d.	5,8	3,5
De 3 até 4		14,3	15,4	n.d.	8,7	5,3
De 5 até 6		28,6	15,4	n.d.	27,5	19,5
De 7 até 8		14,2	30,8	n.d.	36,3	37,6
De 9 até 10		28,6	30,8	n.d.	21,7	34,1
Nota Média		6,1	6,5	n.d.	6,7	7,4
Nota Mediana		6,0	7,0	n.d.	7,0	8,0
Desvio-Padrão		3,0	2,9	n.d.	2,3	2,2
1º Quartil		3,0	4,5	n.d.	5,0	6,0
2º Quartil		6,0	7,0	n.d.	7,0	8,0
3º Quartil		9,0	9,0	n.d.	8,0	9,0

(1) cursos presenciais exceto Medicina

n.d.: não disponível

* Quantidade de respondentes estatisticamente não representativa.

IV. Recomendação ...

- ... do Curso
- ... da USCS



► Recomendação do Curso (DISPOSIÇÃO À RECOMENDAR: Notas entre 0 e 10)

Expresse a sua disposição em recomendar ou não recomendar **O SEU CURSO DE GRADUAÇÃO** da USCS a um amigo ou conhecido. Para isso, utilize a escala de notas a seguir, onde a nota 0 significa que você NÃO RECOMENDARIA COM CERTEZA e a nota 10 que você RECOMENDARIA COM CERTEZA a USCS.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Não recomendaria com certeza Recomendaria com certeza		MARKETING				USCS ⁽¹⁾
		2023 1º sem	2023 2º sem	2024 1º sem	2024 2º sem	2024 2º sem
Faixas	Nº de casos	7	13	6*	69	4.435
Até 2	% de casos	14,3	15,4	n.d.	10,1	4,4
De 3 até 4		14,3	7,6	n.d.	13,0	4,1
De 5 até 6		28,6	15,4	n.d.	13,0	15,3
De 7 até 8		-	23,2	n.d.	24,6	30,9
De 9 até 10		42,9	38,4	n.d.	39,3	45,3
Nota Média		6,4	6,5	n.d.	6,9	7,8
Nota Mediana		6,0	8,0	n.d.	8,0	8,0
Desvio-Padrão		3,3	3,3	n.d.	2,9	2,4
1º Quartil		3,0	4,5	n.d.	5,0	7,0
2º Quartil		6,0	8,0	n.d.	8,0	8,0
3º Quartil		10,0	9,0	n.d.	9,0	10,0

(1) cursos presenciais exceto Medicina

n.d.: não disponível

* Quantidade de respondentes estatisticamente não representativa.

► Recomendação da USCS (DISPOSIÇÃO À RECOMENDAR: Notas entre 0 e 10)

Expresse a sua disposição em recomendar ou não recomendar a **GRADUAÇÃO DA USCS** a um amigo ou conhecido. Para isso, utilize a escala de notas a seguir, onde a nota 0 significa que você **NÃO RECOMENDARIA COM CERTEZA** e a nota 10 que você **RECOMENDARIA COM CERTEZA** a USCS.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Não recomendaria com certeza Recomendaria com certeza		MARKETING				USCS ⁽¹⁾
		2023 1º sem	2023 2º sem	2024 1º sem	2024 2º sem	2024 2º sem
Faixas	Nº de casos	7	13	6*	69	4.435
Até 2	% de casos	-	15,4	n.d.	7,2	4,5
De 3 até 4		14,3	7,6	n.d.	14,5	4,7
De 5 até 6		42,8	7,6	n.d.	15,9	16,3
De 7 até 8		-	30,8	n.d.	29,0	30,5
De 9 até 10		42,9	38,6	n.d.	33,4	44,0
Nota Média		7,0	6,8	n.d.	6,9	7,7
Nota Mediana		6,0	8,0	n.d.	7,0	8,0
Desvio-Padrão		2,7	3,3	n.d.	2,6	2,4
1º Quartil		5,0	4,5	n.d.	5,0	6,0
2º Quartil		6,0	8,0	n.d.	7,0	8,0
3º Quartil		10,0	9,0	n.d.	9,0	10,0

(1) cursos presenciais exceto Medicina

n.d.: não disponível

* Quantidade de respondentes estatisticamente não representativa.

V. Net Promoter Score (NPS)

Índice que mede a **disposição dos clientes em recomendar uma empresa**, classificando os clientes em três grupos: promotores, passivos e detratores.

Foi apresentado em artigo de Frederick F. Reichheld "*The One Number You Need to Grow*", publicado na revista *Harvard Business Review*, em 2001.

Promotores	Passivos	Detratores
Clientes cujas experiências com a empresa foram positivas e por isso estão dispostos a recomendá-la.	Clientes cujas experiências com a empresa foram meramente satisfatórias e se mostram indiferentes a recomendá-la.	Clientes cujas experiências com a empresa foram negativas e não estão dispostos a recomendá-la.

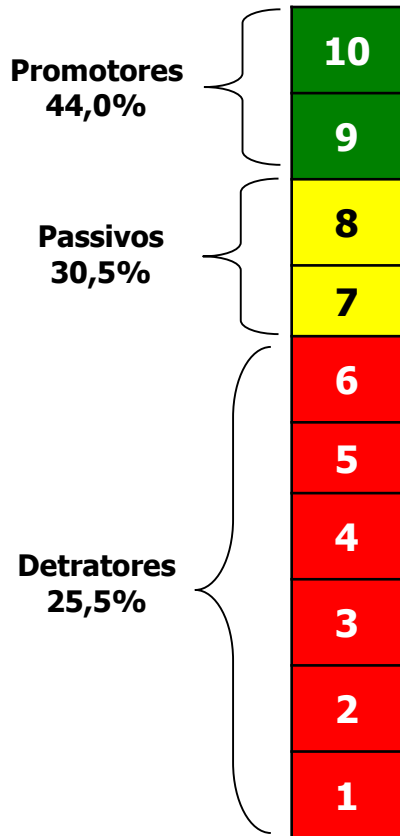
"Numa escala de 0 a 10, o quanto disposto você estaria para recomendar esta empresa a um amigo ou conhecido?"



NET PROMOTER SCORE = % DE PROMOTORES - % DE DETRATORES

► Net Promoter Score

USCS⁽¹⁾



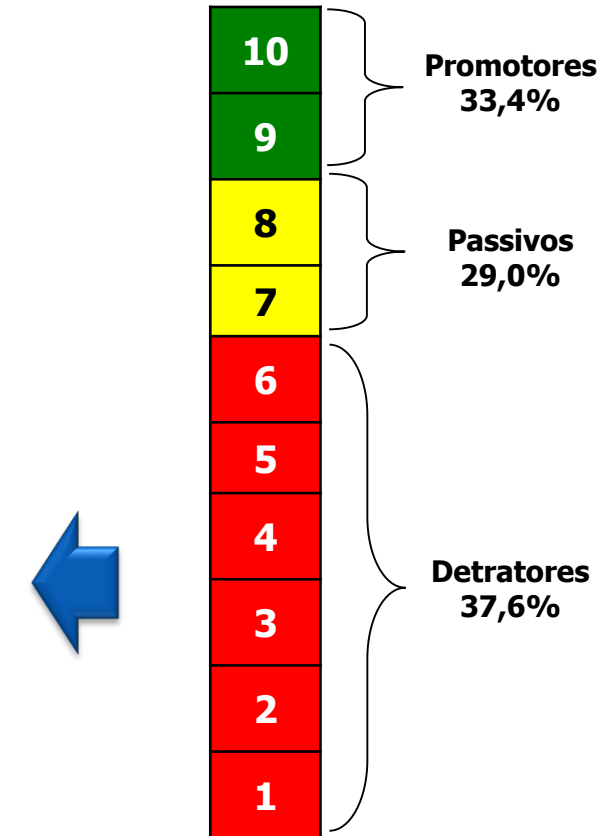
NPI = 18,5%
(Mediano Inferior)

NPI	CLASSIFICAÇÃO
100	Perfeito
85 até 99	Espetacular
70 até 84	Excelente
55 até 69	Muito Bom
40 até 54	Bom
25 até 39	Mediano Superior
0 até 24	Mediano Inferior
-25 até -1	Pobre
-50 até -26	Terrível
-100 até -51	Abismo

"Aumentar o Net Promoter Score (NPS) - Índice Net Promoter - doze pontos, em média, em relação aos concorrentes pode dobrar a taxa de crescimento de uma empresa"

"Empresas com clientes muito encantados tem um score acima de 75% (exemplo: Amazon, Apple)"

MARKETING



NPI = -4,2%
(Pobre)

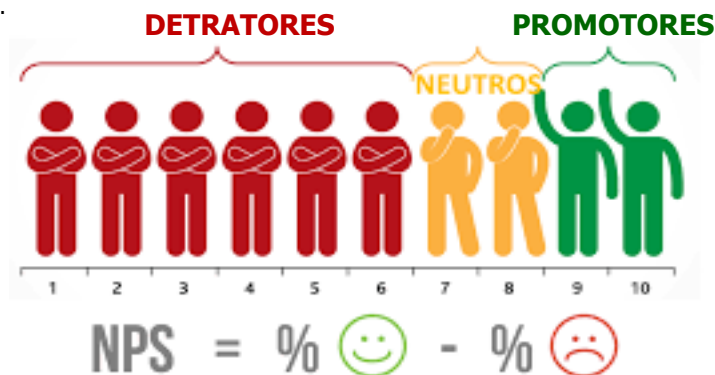
► Net Promoter Score

% de casos	MARKETING				USCS ⁽¹⁾
	2023 1º sem	2023 2º sem	2024 1º sem	2024 2º sem	2024 2º sem
Número de casos	7	13	6*	69	4.435
Detratores	57,1%	30,6%	n.d.	37,6%	25,5%
Passivos	0,0%	30,8%	n.d.	29,0%	30,5%
Promotores	42,9%	38,6%	n.d.	33,4%	44,0%
NPI (Net Promoter Index)	-14,2%	8,0%	n.d.	-4,2%	18,5%
Classificação	Pobre	Mediano Inferior	-	Pobre	Mediano Inferior

(1) cursos presenciais exceto Medicina

n.d.: não disponível

* Quantidade de respondentes estatisticamente não representativa.



VI. Fator de Criticidade da Variável (FCV)

Considerando as adaptações realizadas para o âmbito do grupo discente, a parcela com atribuição de nota entre 0 e 6 foi identificada como desfavorável e a parcela com notas 9 e 10 pontos foi identificada como favorável, observando-se que **não é considerada para efeito do cálculo do indicador a parcela que atribui notas 7 e 8 pontos**. Neste sentido, o resultado obtido é identificado como **Fator de Criticidade da Variável (FCV)** e o cálculo do FCV é obtido por meio de:

$$\% \text{ de notas favoráveis (9-10)} - \% \text{ de notas desfavoráveis (0-6)} = \text{FCV}$$

**Enquadramento
do resultado:**



► Fator de Criticidade da Variável (FCV)

A interpretação do FCV adaptada de Reichheld (2011)², Costa et al. (2018)³ é orientada a partir de quatro zonas de pontuação da satisfação do discente em cada variável investigada, conforme apresentado a seguir.

Zona de Excelência: pontuação entre 75 e 100	Zona de Qualidade: pontuação entre 50 e 74
<p>Variáveis que atingiram pontuação nesse estrato sugerem a ocorrência de grandes experiências para os discentes. As condições do curso relacionadas a esse quesito conseguiram gerar uma percepção altamente positiva ao discente, o que deve gerar boas recomendações e até um defensor desse quesito.</p>	<p>Os discentes nesta faixa de avaliação certamente viram vários pontos positivos durante a experiência com o quesito (variável investigada), porém certamente alguns pontos deixaram a desejar. É preciso avaliar com maior detalhamento a jornada do discente que envolve esse quesito, incluindo itens correlacionados a esse.</p>
Zona de Aperfeiçoamento: pontuação entre 0 e 49	Zona Crítica: pontuação entre -100 e -1
<p>A experiência oferecida nesta faixa sugere atenção para pontos importantes de ajustes. Em muitos casos, o discente não reconheceu que o Curso tenha apresentado atenção a esse quesito, ou, mesmo, reconheceu ineficiência do quesito e, assim, o quesito revela-se como um ponto crítico a ser avaliado para encaminhar a tomada de ações pertinentes dentro do programa de busca contínua de qualidade.</p>	<p>Os discentes que avaliaram o quesito nesse estrato sugerem a ocorrência de experiências altamente frustrantes, o que os leva a expressar insatisfação e a compartilhar essas dificuldades com outras pessoas. Nesse sentido, a observação de ocorrências nesse estrato é extremamente relevante, tanto para apoiar o processo de busca contínua pela melhoria da qualidade, quanto para recuperar o comprometimento do discente com o curso que frequenta.</p>

► Fator de Criticidade da Variável (FCV)

NOTA GERAL você atribui para expressar a sua satisfação/insatisfação com a **GESTÃO DO SEU CURSO** como um todo?

	Períodos	MARKETING	
MÉDIA	2º sem/2023	6,1	7,8
	1º sem/2024	-	7,1
	2º sem/2024	6,7	7,6
AVALIAÇÃO DESFAVORÁVEL [NOTAS: 0-6]	2º sem/2023	46,1	22,9
	1º sem/2024	-	33,3
	2º sem/2024	41,9	26,9
AVALIAÇÃO FAVORÁVEL [NOTAS: 9-10]	2º sem/2023	38,5	48,7
	1º sem/2024	-	34,4
	2º sem/2024	30,6	44,7
FCV [PONTOS PERCENTUAIS]: PARCELA FAVORÁVEL (NOTAS 9-10) MENOS A PARCELA DESFAVORÁVEL (NOTAS 0-6)	2º sem/2023	-7,6	25,8
	1º sem/2024	-	1,1
	2º sem/2024	-11,3	17,8
ZONAS DE PONTUAÇÃO DE SATISFAÇÃO	2º sem/2023	Zona crítica	Zona de aperfeiçoamento
	1º sem/2024	-	Zona de aperfeiçoamento
	2º sem/2024	Zona crítica	Zona de aperfeiçoamento

► Fator de Criticidade da Variável (FCV)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua a sua satisfação/insatisfação com o **CURSO**?

	Períodos	MARKETING	
MÉDIA	2º sem/2023	7,2	8,0
	1º sem/2024	-	7,5
	2º sem/2024	7,0	7,7
AVALIAÇÃO DESFAVORÁVEL [NOTAS: 0-6]	2º sem/2023	46,2	18,2
	1º sem/2024	-	25,1
	2º sem/2024	33,3	22,8
AVALIAÇÃO FAVORÁVEL [NOTAS: 9-10]	2º sem/2023	30,7	45,8
	1º sem/2024	-	37,9
	2º sem/2024	27,5	41,1
FCV [PONTOS PERCENTUAIS]: PARCELA FAVORÁVEL (NOTAS 9-10) MENOS A PARCELA DESFAVORÁVEL (NOTAS 0-6)	2º sem/2023	-15,5	27,6
	1º sem/2024	-	12,8
	2º sem/2024	-5,8	18,3
ZONAS DE PONTUAÇÃO DE SATISFAÇÃO	2º sem/2023	Zona crítica	Zona de aperfeiçoamento
	1º sem/2024	-	Zona de aperfeiçoamento
	2º sem/2024	Zona crítica	Zona de aperfeiçoamento

► Fator de Criticidade da Variável (FCV)

Que NOTA GERAL você atribui para expressar a sua satisfação/insatisfação atual com a **INSTITUIÇÃO** como um todo?

	Períodos	MARKETING	
MÉDIA	2º sem/2023	6,5	7,7
	1º sem/2024	-	7,2
	2º sem/2024	6,7	7,4
AVALIAÇÃO DESFAVORÁVEL [NOTAS: 0-6]	2º sem/2023	38,4	22,1
	1º sem/2024	-	31,6
	2º sem/2024	42,0	28,3
AVALIAÇÃO FAVORÁVEL [NOTAS: 9-10]	2º sem/2023	30,8	39,1
	1º sem/2024	-	30,9
	2º sem/2024	21,7	34,1
FCV [PONTOS PERCENTUAIS]: PARCELA FAVORÁVEL (NOTAS 9-10) MENOS A PARCELA DESFAVORÁVEL (NOTAS 0-6)	2º sem/2023	-7,6	17,0
	1º sem/2024	-	-0,7
	2º sem/2024	-20,3	5,8
ZONAS DE PONTUAÇÃO DE SATISFAÇÃO	2º sem/2023	Zona crítica	Zona de aperfeiçoamento
	1º sem/2024	-	Zona crítica
	2º sem/2024	Zona crítica	Zona de aperfeiçoamento

► Fator de Criticidade da Variável (FCV)

Disposição em recomendar ou não recomendar O **SEU CURSO DE GRADUAÇÃO** a um amigo ou conhecido?

	Períodos	MARKETING	
MÉDIA	2º sem/2023	6,5	8,1
	1º sem/2024	-	7,7
	2º sem/2024	6,9	7,8
AVALIAÇÃO DESFAVORÁVEL [NOTAS: 0-6]	2º sem/2023	38,4	18,8
	1º sem/2024	-	24,2
	2º sem/2024	36,1	23,8
AVALIAÇÃO FAVORÁVEL [NOTAS: 9-10]	2º sem/2023	38,4	50,8
	1º sem/2024	-	45,0
	2º sem/2024	39,3	45,3
FCV [PONTOS PERCENTUAIS]: PARCELA FAVORÁVEL (NOTAS 9-10) MENOS A PARCELA DESFAVORÁVEL (NOTAS 0-6)	2º sem/2023	0,0	32,0
	1º sem/2024	-	20,8
	2º sem/2024	3,2	21,5
ZONAS DE PONTUAÇÃO DE SATISFAÇÃO	2º sem/2023	Zona de aperfeiçoamento	Zona de aperfeiçoamento
	1º sem/2024	-	Zona de aperfeiçoamento
	2º sem/2024	Zona de aperfeiçoamento	Zona de aperfeiçoamento

► Fator de Criticidade da Variável (FCV)

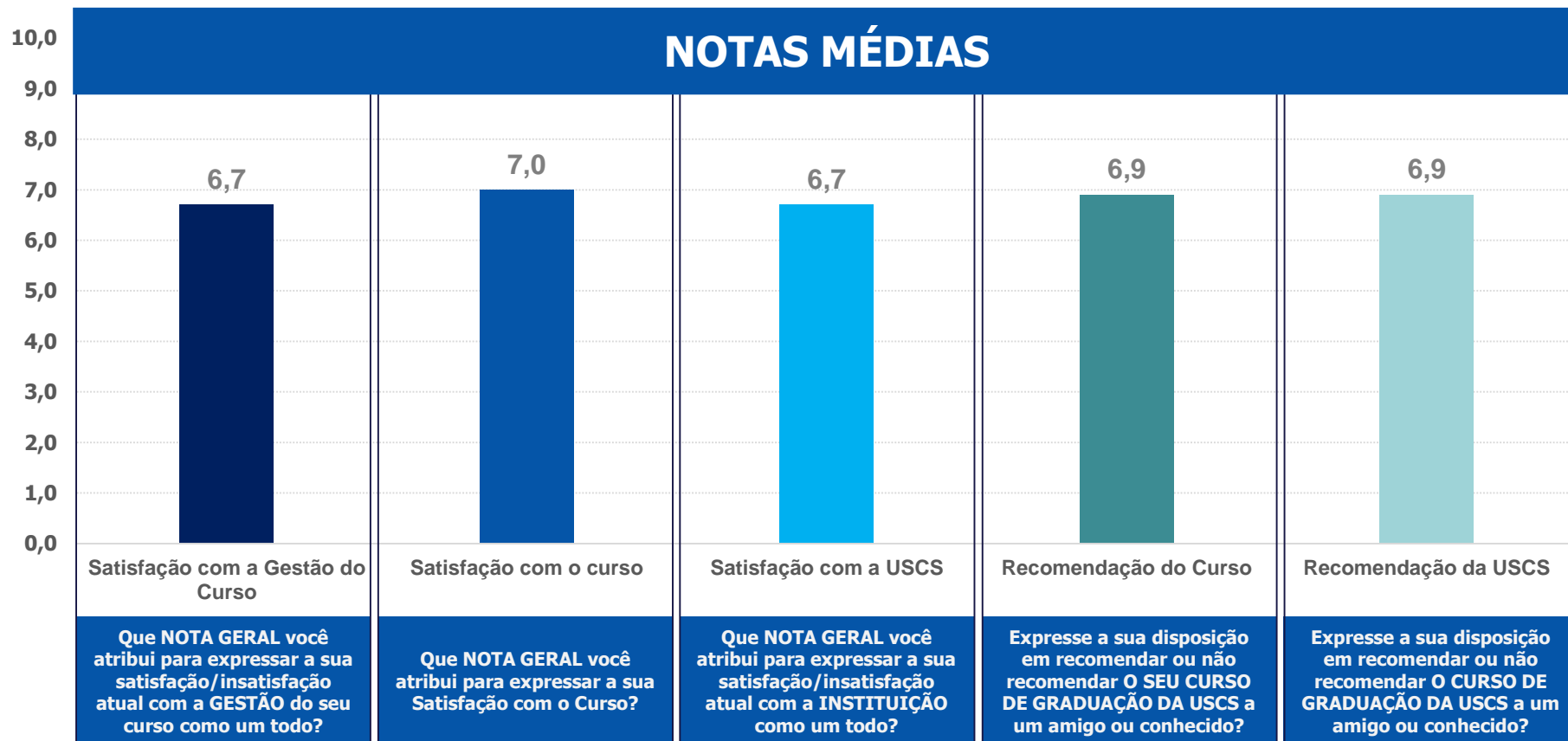
Expresse a sua disposição em recomendar ou não recomendar a **INSTITUIÇÃO USCS** a um amigo ou conhecido?

	Períodos	MARKETING	
MÉDIA	2º sem/2023	6,8	8,1
	1º sem/2024	-	7,6
	2º sem/2024	6,9	7,7
AVALIAÇÃO DESFAVORÁVEL [NOTAS: 0-6]	2º sem/2023	30,6	18,8
	1º sem/2024	-	25,8
	2º sem/2024	37,6	25,5
AVALIAÇÃO FAVORÁVEL [NOTAS: 9-10]	2º sem/2023	38,6	50,2
	1º sem/2024	-	42,7
	2º sem/2024	33,4	44,0
FCV [PONTOS PERCENTUAIS]: PARCELA FAVORÁVEL (NOTAS 9-10) MENOS A PARCELA DESFAVORÁVEL (NOTAS 0-6)	2º sem/2023	8,0	31,4
	1º sem/2024	-	16,9
	2º sem/2024	-4,2	18,5
ZONAS DE PONTUAÇÃO DE SATISFAÇÃO	2º sem/2023	Zona de aperfeiçoamento	Zona de aperfeiçoamento
	1º sem/2024	-	Zona de aperfeiçoamento
	2º sem/2024	Zona crítica	Zona de aperfeiçoamento

VII. Síntese de Indicadores

► Síntese de Indicadores

Curso: **MARKETING**



Bases: População: 146 | Respondentes: 69 | Nível de participação: 47,3%

MARKETING
2º SEM/2024



NPI (Recomendação da USCS)	CLASSIFICAÇÃO
0 até 24 P:44,0% - D: 25,5% = NPI: 18,5%	Mediano Inferior
-25 até -1 P: 33,4% - D: 37,6% = NPI: -4,2%	Pobre



Presencial
(exceto medicina)

P: Promotores (notas 9 e 10)
D: Detratores (notas de 0 a 6)