

Geração de valor da experiência no ensino superior: a perspectiva dos estudantes como consumidores

LEANDER LUIZ KLEIN

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

DESIRÉE PRATI RIBEIRO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

Agradecimento à orgão de fomento:

Fapergs

Geração de valor da experiência no ensino superior: a perspectiva dos estudantes como consumidores

Introdução

Este artigo explora a concepção de valor no ensino superior a partir da perspectiva do estudante como “cliente” das instituições de ensino superior (IES). Valor pode ser definido como algo que, do ponto de vista do cliente, vale a pena pagar por, pois proporciona a ele um benefício ou experiência positiva (LeMahieu, 2017). Nas IES, as oportunidades de aprendizagem e pesquisa impulsionadas pela transformação digital e inteligência artificial (Rof et al., 2022; Wang et al., 2023) tornam a geração de valor uma questão cada vez mais central para os gestores e coordenadores de curso e estudiosos.

Problema de Pesquisa e Objetivo

No contexto da educação, a concepção de valor do cliente não é igualmente aplicável como em outros setores, pois o estudante possui “obrigações” aos conteúdos ministrados e às atividades acadêmicas a executar, as quais ele nem sempre está disposto a “pagar por”. No entanto, as IES não são eximidas da geração de valor nas atividades que desempenham e serão cobradas pelo retorno e valor gerado. Problema de pesquisa: como o valor para os alunos pode ser conceituado e medido no ensino superior? O objetivo central desse artigo é desenvolver e validar uma escala de valor no ensino superior.

Fundamentação Teórica

A fundamentação teórica desse trabalho está alicerçada na concepção e definições sobre geração de valor no ensino superior. A partir disso, esboça-se o modelo teórico a ser testado empiricamente que é formado por seis dimensões para a avaliação da geração de valor, quais sejam: Infraestrutura, Atividades em sala de aula, Atividades extra classe, Professores e Práticas de ensino, Oportunidades no mercado e Suporte da secretaria.

Metodologia

Este trabalho foi realizado por meio de uma pesquisa dividida em cinco etapas distintas, sendo uma teórica, duas qualitativas e duas quantitativas. A revisão da literatura permitiu a definição do conjunto inicial de dimensões e itens da escala. Após, realizou-se a revisão e validação dos itens com quatro especialistas no assunto, e o pré-teste do instrumento com 15 indivíduos da população alvo do estudo. Feito isso, coletou-se uma amostra de 389 respondentes para explorar o conjunto de itens. O quinto passo consistiu na obtenção de uma nova amostra de 831 respondentes para validar a escala.

Análise dos Resultados

Os resultados da análise fatorial exploratória resultaram na composição de 6 fatores conforme o modelo teórico proposto. Alguns itens foram excluídos por apresentarem comunalidade muito baixa. Todos os fatores apresentaram Alpha de Cronbach $> 0,7$ e as variáveis que os compõem, cargas fatoriais $> 0,5$. Na análise dos dados da segunda etapa quantitativa realizaram-se ajustes nos modelos dos 6 constructos definidos e obteve-se resultados satisfatórios para validade convergente e discriminante, unidimensionalidade e ajuste final do modelo de mensuração.

Conclusão

Os procedimentos e resultados desse trabalho permitiram obter uma escala de mensuração da percepção de valor no ensino superior composta pelas seguintes dimensões: professores e práticas

de ensino, infraestrutura, oportunidades de mercado, suporte da secretaria, atividades em sala de aula e atividades extra classe. Entende-se que essa ferramenta de mensuração de valor no ensino superior fornece uma medida validada para pesquisas empíricas futuras que visam aplicar o modelo em qualquer IES, sejam elas públicas, privadas ou comunitárias.

Referências Bibliográficas

Dicker, R., Garcia, M., Kelly, A., & Mulrooney, H. (2019). What does 'quality' in higher education mean? Perceptions of staff, students and employers. *Studies in Higher Education*, 44(8), 1425-1441.

Fernandes, V. D. C., Miranda, G. J., & Alexander, N. (2020). Value-added measures in higher education: a historical contextualization of Brazilian experiences. *Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos*, 101, 691-720.

LeMahieu, P. G., Nordstrum, L. E., & Greco, P. (2017). Lean for education. *Quality Assurance in Education*, 25(1), 74-90.