

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
IFPB - CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS

RONALDO DE QUEIROZ BARRETO

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

SATISFAÇÃO: ESTUDO COM ALUNOS DO CURSO DE NEGÓCIOS
IMOBILIÁRIOS DO IFPB - CAMPUS JOÃO PESSOA

João Pessoa

2014

RONALDO DE QUEIROZ BARRETO

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**



Relatório Final do Estágio Obrigatório/Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, curso Superior de Tecnologia em Negócios Imobiliários, como parte das atividades para obtenção do Grau de Tecnólogo em Negócios Imobiliários.

João Pessoa

2014

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP
Biblioteca Nilo Peçanha – IFPB, *Campus* João Pessoa

B273s Barreto, Ronaldo de Queiroz.
Satisfação : estudo com alunos do curso de Negócios Imobiliários do IFPB – Campus João Pessoa / Ronaldo de Queiroz Barreto, 2014.
30 f. : il.

TCC (Graduação – Tecnologia em Negócios Imobiliários) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB / Unidade Acadêmica de Gestão – UAG – 2014.
Orientadora : Profa. Me. Ceres Grehs Beck.

1. Tecnologia em negócios imobiliários. 2. Discentes. 3. Satisfação dos discentes. 4. IFPB – Campus João Pessoa.
Titulo.

CDU 332.72-057.876

RONALDO DE QUEIROZ BARRETO

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

SATISFAÇÃO: ESTUDO COM ALUNOS DO CURSO DE NEGÓCIOS
IMOBILIÁRIOS DO IFPB - CAMPUS JOÃO PESSOA

Relatório aprovado em 20 de março de 2014.

Profª. Ms. Ceres Grehs Beck
Orientadora

Prof. Esp. Marcilio Carneiro Dias
Examinador

Prof. Ms. Herbert José Cavalcanti de Souza
Examinador

João Pessoa
2014

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho à minha avó, América Geralda de Farias,
e ao meu Avô (*in memoriam*), Manoel Domingos de Queiroz.

AGRADECIMENTOS

A todos meus familiares, em especial a minha Mãe, Tia, Irmã.

A todos os professores e amigos que me deram força nessa caminhada da vida.

Obrigado por tudo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Organograma Geral da Empresa.....	11
Figura 2 - Fluxograma de atividades do estágio.....	15

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Concluintes Curso de Negócios Imobiliários – IFPB.....	22
--	----

SUMÁRIO

CAPÍTULO I – A Organização	9
1.1 Identificação do Estagiário e da Organização	10
1.2 Histórico da Empresa	10
1.3 Organograma geral da organização	10
1.4 Setor econômico de atuação e segmento de mercado	11
1.5 Descrição da concorrência	11
1.6 Organização e principais fornecedores.....	11
1.7 Relacionamento Organização-Clientes.....	12
1.8 Procedimentos Administrativos e suas Divisões	13
CAPÍTULO II – A Área de Realização do Estágio	14
2.1 Atividades desempenhadas-Fluxograma de atividades.....	15
2.2 Relacionamento da área de estágio com outras áreas da empresa	16
CAPÍTULO III – Levantamento Diagnóstico	17
3.1 Identificação de problemas na área de estágio	18
3.2 Problema de estudo	18
3.3 Características do problema de estudo.....	18
CAPÍTULO IV – Proposta de Trabalho	20
4.1 Objetivos.....	21
4.1.1 Objetivo geral	21
4.1.2 Objetivos específicos	21
4.2 Justificativa	21
CAPÍTULO V – Descrição e análise dos resultados	23
5.1 Aspectos metodológicos	24
5.1.1 Análise de dados e interpretação de resultados	24
5.1.2 Aspectos conclusivos.....	28
REFERENCIAS	29
APÊNDICE	30

CAPÍTULO I

A Organização

1.1 Identificação do Estagiário e da Organização

Ronaldo de Queiroz Barreto, aluno regularmente matriculado no Curso Superior de Tecnologia em Negócios Imobiliários sob a matrícula nº 2011.160.0396 no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB, Campus João Pessoa, desenvolveu atividades profissionais sob a relação de trabalho de Estágio Supervisionado Obrigatório na organização Juliana Felix de Aguiar, inscrita no CRECI sob o número 4240, com sede no endereço Rua Ana Maria de Palitot Ramalho Mangabeira 2, João Pessoa, Paraíba. A sua atividade fim é atuar no mercado de imóveis com intermediação imobiliária no mercado Paraibano e tem como responsável Juliana Felix de Aguiar.

1.2 Histórico da Empresa

A Imobiliária Juliana Felix de Aguiar foi fundada no ano de 2011, com seu escritório situado no bairro de Mangabeira. Conta atualmente com o proprietário, um corretor de imóveis e um estagiário para atender ao público desta área, buscando ofertar ao cliente produto e serviços de qualidade.

A empresa trabalha com intermediação imobiliária por meio de captação, venda e locação de casas, apartamentos, flats, terrenos e salas comerciais, dispondo de vários imóveis para negociação em diversos bairros da cidade (Mangabeira, Bancários, José Américo, Altiplano, Cabo Branco, Tambaú, entre outros) de modo a proporcionar, aos seus clientes, maiores possibilidades de escolha, com credibilidade e segurança na negociação.

1.3 Organograma Geral da Organização

Organograma é um gráfico que representa a estrutura formal de uma Organização, e sua função é mostrar como estão dispostos os órgãos ou setores, a hierarquia e relações de comunicação existente entre eles (DAYCHOUW, 2007, p.188). Segundo o autor, os tipos de organograma existentes podem ser divididos em dois grupos:

- Clássico: conhecido como vertical.
- Não Clássicos: trata-se dos demais tipos; em barras, setorial, radial, lambda, bandeira, linear de responsabilidade e informativo.

A Empresa Juliana Felix de Aguiar estrutura-se basicamente em dois setores que são apresentados no organograma vertical demonstrado na Figura 1.

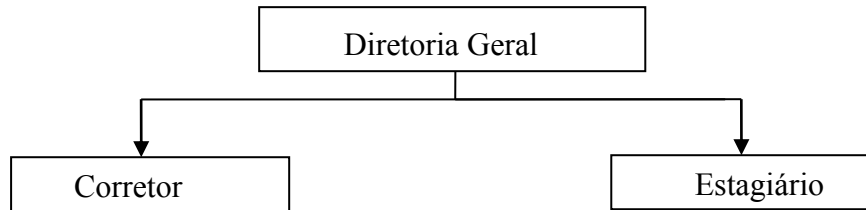


Figura 1. Organograma Geral da Empresa

1.4 Setor Econômico de Atuação e Segmento de Mercado

A empresa atua no setor terciário (serviços), captando imóveis junto aos proprietários que desejam locar, vender ou permutar seus imóveis.

Atualmente, com o mercado aquecido em João Pessoa e arredores, bem como com a crescente expansão imobiliária, a Empresa vem buscando atender várias classes sociais em diferentes bairros da cidade.

1.5 Descrição da Concorrência

A empresa atua no ramo Imobiliário e encontra como principais concorrentes no mercado algumas corretoras, principalmente as que compõem o mercado da Zona Sul (Lopes de Andrade, Zona Sul, Shopping Imóveis, JPM Imóveis entre outras) e apresentam características similares quanto ao fluxo de vendas.

1.6 Organização e Principais Fornecedores

Segundo Resende (2008), fornecedor é entendido como aquele que abastece, prove produtos ou serviços para as organizações existentes ou para aquelas que serão estabelecidas, no setor de prestação de serviços, a exemplo da consultoria, os fornecedores podem ser a própria mão de obra ou parceiros de serviços prestados.

Os fornecedores são pessoas físicas ou jurídicas que mantêm contato com a Empresa e são cadastrados em um banco de dados, onde são colocados imóveis a venda, troca, compra, locação ou permuta.

1.7 Relacionamento organização-clientes

Segundo Kotler (2006), a empresa pode ter cinco tipos de clientes: (1) o mercado consumidor (indivíduos e famílias), (2) o mercado industrial (compra bens e serviços para processamento ou para usá-los em seus processos de produção), (3) o mercado revendedor (compra para vender com lucro), (4) o mercado governamental (órgãos do governo que compram bens e serviços para outros que deles necessitem), (5) o mercado internacional (compradores estrangeiros, incluindo consumidores, produtores revendedores e governos).

Os clientes são aqueles que mantem contato com a empresa, buscando satisfazer suas necessidades, seja compra, venda, troca, permuta ou locação de Imóveis.

O perfil dos clientes são consumidores de todas as classes sociais, mas os de maior publico são das classes B e C.

Para atendimento a esses clientes, as empresas de negócios imobiliários contam com a ajuda de profissionais capacitados para esse fim. são os corretores de imóveis.

Os corretores de imóveis podem ser classificados em duas grandes divisões (RESENDE,2001):

1. Corretores oficiais: são aqueles que para o exercício de determinada atividade são investidos de fé pública, próprias de seu ofício;
2. Corretores livres: são profissionais que atuam como intermediários, em negócios próprios na comercialização de bens móveis, imóveis ou serviços, provendo a aproximação das partes e tendo direito à remuneração pelo trabalho prestado.

Para se estabelecer boas relações entre empresa e seus clientes, o corretor de imóveis é figura importantíssima. Considera-se ainda que o relacionamento com o cliente é um dos pontos primordiais para empresa, logo primar pela satisfação do cliente deve estar em primeiro lugar. Neste sentido, percebeu-se que a empresa procura oferecer ao cliente o máximo de atenção possível com acompanhamento no processo de escolha do imóvel desejado. e este é também um dos papéis do corretor de imóveis.

1.8 Procedimentos Administrativos e suas Divisões

A Imobiliária Juliana Felix de Aguiar tem a seguinte estrutura administrativa:

- Diretoria geral, representada pela proprietária, tomando todas as decisões estratégicas e repassando para demais setores da empresa.
- setores de vendas, locação, documentação e demais, compondo o nível operacional da empresa. Atuam diretamente com o cliente e seus fornecedores, recebem e transmitem informações e sugestões ao seu superior.

Toda estrutura organizacional da Imobiliária Juliana Felix de Aguiar funciona orientada pelo setor Comercial e pelo setor Administrativo-Financeiro, as decisões são tomadas pela Direção da Empresa. O setor Comercial está formado por uma Gerência Comercial, de responsabilidade de um gerente, fazendo parte deste setor também um corretor e um estagiário, atuando no setor de vendas e locação. O setor Administrativo-Financeiro é composto pelo Gerente-Proprietário, sendo que o serviço contábil da empresa é feito por empresa terceirizada. Não existem setores específico relacionados à Marketing, Recursos Humanos e Sistema de Informação.

CAPÍTULO II

A Área de Realização do Estágio

2.1 Atividades Desempenhadas – fluxograma de atividades

Neste capítulo, serão apresentadas informações referentes ao estágio, abordando atividades desenvolvidas com documentações e emolumentos junto a cartórios e prefeitura, área de suma importância da Organização.

Fluxograma, de acordo com Lucinda (2010, p. 44), é uma ferramenta que mostra de forma gráfica as etapas de um processo, desde seu início até a sua finalização. Ele permite compreender de forma mais rápida o fluxo de atividades dentro do processo por todos os envolvidos. O fluxograma apresentado na figura a seguir identifica as atividades desempenhadas no processo de transferência de propriedade de um imóvel, relacionadas com as atividades de responsabilidade de cada profissional da empresa.

As principais atividades ou tarefas desenvolvidas durante o estágio na empresa são: auxiliar o corretor a levar documentos para cartórios e prefeitura; emitir emolumentos junto a esses órgãos; pagar em banco todas as taxas emitidas; dar entrada no setor de protocolo dos mesmos; organizar documentos para transferência ou locação de imóveis; informar aos clientes quando toda documentação tiver regularizada, para assinar os devidos documentos; informar e levar ao cliente, quando concluído, o processo de compra, venda ou locação do imóvel, obtendo-se conhecimento prático na área de documentações.

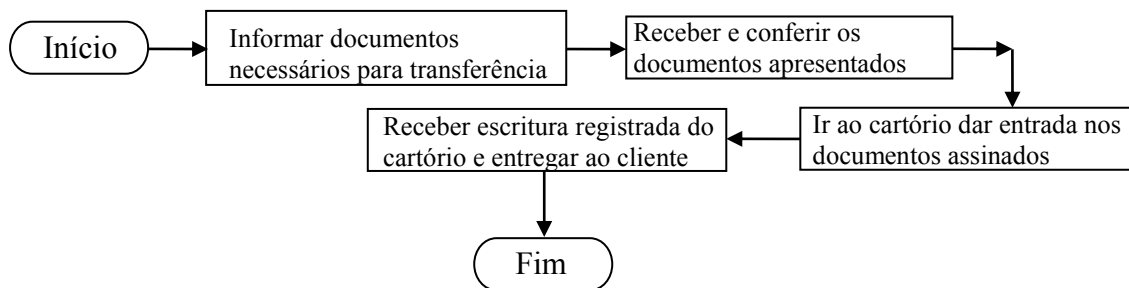


Figura 2 – Fluxograma de atividades do estágio

O estagiário participa deste processo, auxiliando o corretor em todas as fases, transmitindo ao cliente todas as fases do processo de forma clara e simples, esclarecendo, sempre que possível, todas as dúvidas que eventualmente o cliente tenha, prestando sobretudo serviços de qualidade, buscando adquirir total confiança do cliente.

2.2 Relacionamento da Área de Estágio com outras Áreas da Empresa

O estágio foi um processo de aprendizagem profissional onde foi possível verificar os desafios que a área encontra, bem como adquirir conhecimentos essenciais para uma atuação com excelência no mercado Imobiliário.

O estágio foi uma oportunidade de unir a teoria com a prática vivenciada dia a dia com o corretor de Imóveis, com seus altos e baixos entre as áreas funcionais da Imobiliária. O contato direto com as tarefas desenvolvidas durante o estágio, proporcionou a aquisição de conhecimentos específicos em áreas que só na prática poderiam ser vivenciadas, observando-se o comportamento do mercado imobiliário e de seus clientes, concretizando o sonho de determinados clientes, de adquirir seu lar, prestando-lhe um serviço de qualidade com ética e transparência.

CAPÍTULO III

Levantamento Diagnóstico

3.1 Identificação de Problemas na Área de Estágio

Durante o estágio foram identificados problemas relacionados à estrutura organizacional em si, como por exemplo, a empresa não ter uma área específica de marketing para auxiliar no contato com o cliente, bem como na divulgação dos seus produtos e serviços. Este problema deve-se à estrutura pequena da Imobiliária em questão e também pelo fato de estar iniciando suas atividades no mercado. Com esta falta de estrutura, outras atividades são afetadas, como, por exemplo, não poder atender muitos clientes, nem expandir as atividades para outras cidades.

3.2 Problema de Estudo

Em concordância com a professora orientadora, optou-se por aprofundar neste trabalho um problema de estudo. Embora este trabalho se refira primordialmente à satisfação dos alunos com o curso, pelos questionários, verificou-se que alguns não estão muito satisfeitos.

Este assunto torna-se relevante para delinear os rumos do curso. A perspectiva de pesquisa sofreu uma pequena alteração porque, embora tenhamos feito o estágio e quiséssemos concentrar nossa investigação naquele ambiente, a situação dos alunos em relação ao curso acabou chamando a nossa atenção. Além disso, a imobiliária onde foi efetuado o estágio conta com pequena estrutura e está há pouco tempo atuando no mercado, logo não sendo o *corpus* mais adequado para uma demonstração segura e convincente de pesquisa acadêmica. Assim, optou-se por estudar um problema mais relacionado ao curso de Negócios Imobiliários ofertado pelo IFPB, Campus João Pessoa.

Assim, será trabalhado no presente estudo a opinião dos discentes com o curso para poder delinear sua satisfação e, possivelmente, insatisfação.

3.3 Características do Problema de Estudo

As características do problema de estudo estão relacionadas ao fato de se buscar avaliar as condições de funcionamento do curso, atentando para aspectos salutaros, positivos. entretanto, como sabemos, nada é totalmente prazeroso, logo acabamos por trabalhar também o viés das insatisfações que, porventura, venham a se manifestar nos resultados dessa

pesquisa. Este problema não foi estudado em outros trabalhos e portanto, justifica-se assim a sua relevância para a coordenação do curso, bem como para toda a comunidade acadêmica, já que pode se tornar um instrumento para reflexão entre os gestores do Campus João Pessoa e a equipe pedagógica do próprio curso, o que, esperamos, promova seu aperfeiçoamento ou correção de possíveis falhas estruturais e acadêmicas.

CAPÍTULO IV

Proposta de Trabalho

A proposta deste trabalho é analisar a motivação e satisfação dos alunos do curso de Negócios Imobiliários, de modo a poder indicar algumas causas prováveis de satisfação e de insatisfação ao longo dos últimos semestres.

4.1 Objetivos

4.1.1 Objetivo Geral

Analisar o nível de satisfação dos alunos com relação ao curso de Negócios Imobiliários do IFPB, Campus João Pessoa

4.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar a satisfação dos alunos com o curso de Negócios Imobiliários do IFPB, Campus João Pessoa;
- Analisar aspectos relacionados à motivação dos alunos com o curso.
- Identificar os principais fatores que influenciam na possível insatisfação dos alunos.
- Apresentar sugestões para melhorias do curso.

4.2 Justificativa

O curso de Negócios Imobiliários ofertado pelo IFPB vem passando por várias modificações desde sua autorização pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC). O curso foi reconhecido pela portaria MEC/Setec 123 de 03/04/2008, e, desde então, foi reformulado no ano de 2010 tendo sua estrutura curricular alterada, modificando varias matérias e pré-requisitos.

Por meio de uma análise realizada para coleta de dados quantificando o número de alunos que concluíram o curso nos anos de 2009.1, 2009.2, 2010.1, 2010.2, 2011.1, 2011.2, 2012.1, 2012.2, 2013.1, foi verificado foi um número pequeno, se comparado ao número de matriculados, que sempre começa com 30 alunos por turma. Estes dados podem ser verificados na Tabela 1, a seguir:

Ano Conclusão	Número de Concluintes
2009.1	11
2009.2	2
2010.1	9
2010.2	15
2011.1	16
2011.2	5
2012.1	10
2012.2	2
2013.1	5

Tabela 1: Concluintes Curso de Negócios Imobiliários - IFPB

Fonte: Dados fornecidos pela coordenação do curso.

A aplicação desta pesquisa é de total importância para o curso, pois pretende, após o tratamento dos dados, permitir que seus gestores possam identificar alguns fatores que contribuem para a valorização do curso, porém, como já dito antes, também podem mostrar outros aspectos causadores de desestímulo de alguns alunos, já que não se pode assegurar que toda a comunidade esteja plenamente atendida com o que lhes oferece.

CAPÍTULO V

Descrição e Análise dos Resultados

5.1 Aspectos Metodológicos

Nesta seção, trata-se de apresentar os procedimentos metodológicos que foram utilizados para elaboração deste trabalho.

De início, a prática metodológica aplicada para o levantamento de dados foi a aplicação de um questionário (ver Apêndice). O instrumento de pesquisa está entre os que, segundo Gil (1999), constitui uma das principais técnicas de pesquisa. Outras formas de coletar dados também são citadas por esse autor, a saber: observação, entrevista, questionário, escalas sociais, testes experimentais e utilização de documentos.

Segundo Kotler (2006, p. 100), o processo de pesquisa de marketing é constituído por seis etapas, sendo elas: definição do problema, desenvolvimento do plano de pesquisa, coleta de informações, análise das informações, apresentação dos resultados, tomada de decisão. A pesquisa de marketing pode ser quantitativa ou qualitativa. Assim, a presente pesquisa é considerada:

- Quantitativa: é feita com questionários pré-elaborados que admitam repostas alternativas e cujos resultados são apresentados de modo numérico, permitindo uma avaliação quantitativa de dados.
- Qualitativa: técnica que visa conhecer estilo de vida, comportamento, perfil e opiniões dos entrevistados sobre um assunto, problema, produto ou serviço.

Com base nessa exposição, em relação à pesquisa ela se deu em caráter quantitativo e qualitativo, de forma a juntar dados necessários para conclusão do trabalho; e, como já mencionado, as informações foram coletadas através de questionário estruturado.

Assim, optou-se pela aplicação de questionário estruturado como técnica de pesquisa, tratando-se de uma técnica de investigação, indicando um número mais ou menos elevado de questões, apresentadas por escrito a pessoas. O objetivo é obter o conhecimento de opiniões, interesses, expectativas etc.

A pesquisa foi aplicada com uma amostra de 17 alunos, concluintes do Curso Superior de Tecnologia em Negócios Imobiliários durante o mês de fevereiro de 2014.

5.1.1 Análise de Dados e Interpretação de Resultados

O questionário aplicado, disponível no Apêndice, foi composto por cinco questões, sendo destas duas questões fechadas, duas questões fechadas e abertas e uma questão aberta, sendo assim distribuídas:

- as questões fechadas foram construídas, visando a avaliar o curso;
- as questões fechadas e abertas avaliam se o aluno gostaria que houvesse mudança na estrutura curricular do curso, e
- a questão aberta avalia qual a disciplina seria menos importante para o curso e o porquê da resposta.

A primeira questão avalia o curso de Negócios Imobiliários. Foram utilizadas três alternativas, a:(ruim), b:(bom), c:(ótimo). Dezesete alunos avaliaram o questionário e responderam às perguntas propostas. O resultado obtido foi o seguinte:

2 alunos, apenas, responderam (ruim),
12 responderam (bom),
3 responderam (ótimo).

Pode-se perceber que a grande maioria (15 alunos), avalia bem o curso.

A segunda questão avalia a motivação dos alunos do curso de NI. Foram utilizadas duas alternativas de resposta a:(sim), b:(não). Dezesesseis alunos responderam ao questionário e foi verificado o seguinte resultado:

6 alunos responderam (sim), e

10 alunos responderam não. Nessa questão foi colocada uma questão aberta identificando e informando o porquê da resposta positiva ou negativa. Das questões abertas os que responderam “sim” comentaram:

- por ser um curso superior se sente motivado,
- por estar sendo preparando profissionalmente para o mercado de trabalho,
- pelos conhecimentos adquiridos no curso,
- por ter interação com os professores facilitando o aprendizado.

Das questões abertas os que responderam “não”, comentaram que:

- o curso não era o esperado,
- o curso ser pouco valorizado no mercado imobiliário,
- motivos pessoais,
- cobrar dos alunos estágio obrigatório relatório de estágio e monografia (TCC), deixando o aluno sobrecarregado,
- falta de comunicação e interação entre alunos e coordenação do curso causando transtorno em sala de aula,
- limitação referente ao estágio obrigatório ser no quinto período e não em períodos anteriores,

- professores estarem desatualizados sem conhecimento do mercado imobiliário muitas vezes confundindo a cabeça do aluno,
- por estar visível em sala de aula a não valorização do curso.

Na terceira questão, verificou-se a opinião dos alunos sobre a valorização do curso no mercado imobiliário, tabulando-se as respostas a partir das opções: a: (sim), b: (não). 17 alunos responderam a esta questão. Foram verificadas as seguintes respostas: 3 responderam (sim), e 14 responderam (não). Consta-se que boa parte da amostra pesquisada demonstra baixa motivação com a valorização do curso no mercado.

A quarta questão avalia a necessidade de mudança na estrutura curricular. A pergunta tinha duas alternativas: a: (sim), b: (não). Os alunos que optassem pela resposta “sim” tinham a opção de responder sobre o que poderia ser mudado. 17 alunos responderam essa questão, e o resultado foi: 12 responderam (sim), e 5 (não). Dos alunos que responderam sim, as sugestões do que poderia ser modificado na estrutura curricular foram:

- Substituição de algumas matérias a exemplo de “Economia e Mercado” e pesquisa científica, essa questão tem um dos pontos mais críticos da pesquisa, visto que muitos alunos responderam com opiniões quase idênticas.
- A maioria dos alunos comentou que as restrições que existem para determinadas matérias deveriam ser modificadas, melhorando as condições da estrutura curricular do curso, comentaram ainda que fossem introduzidas disciplinas relacionadas a engenharia e técnicas de vendas in loco.
- Alguns alunos querem conhecer de perto como é o procedimento de construção de um imóvel, desde o terreno limpo até a entrega das chaves ao proprietário que tenha adquirido o imóvel, seja ele casa ou apartamento, aprendendo na prática todo desdobramento deste processo,
- Alguns alunos comentaram sobre o Conselho Regional de Imóveis (CRECI). Disseram que deveria haver maior interação do órgão com os futuros tecnólogos, visando conhecimento prático do dia a dia do corretor de imóveis,
- Também comentaram sobre um possível enxugamento nas disciplinas relacionadas a marketing, e sobre a possibilidade de ter espaço para disciplinas que vivenciem a prática.

A quinta questão da pesquisa fala sobre a disciplina menos importante para o curso de Negócios Imobiliários. Segundo a opinião dos alunos, as disciplinas comentadas foram as seguintes: Inglês, Economia e Mercado, Marketing, Português, Administração e

Pesquisa Científica. Segundo os dados apurados, Inglês foi a mais comentada, com cinco alunos respondendo sobre sua importância e contribuição para o curso; já, dois alunos responderam que Inglês seria a disciplina menos importante para o curso, mas, os outros três comentaram que é uma disciplina importante e que deveria ter mais motivação, tornando a cadeira mais extensa para que o conteúdo fosse mais abrangente. Neste quesito, percebe-se que as opiniões são bastante divergentes e não há consenso.

A respeito de Economia e Mercado, foi dito que se trata de uma disciplina de pouca importância para o curso. Sobre Administração de Marketing, foi dito que essa matéria é bastante abordada em outras matérias da área, tendo um grau elevado de aprofundamento. Um aluno respondeu que Português não seria uma disciplina importante para o curso. Um aluno respondeu que a matéria Método de Pesquisa Científica não seria importante, e que deveria ser substituída por outra mais importante.

Foi comentado também que existem várias disciplinas que abordam assuntos semelhantes. Outro ponto comentado foram as disciplinas relacionadas à área imobiliária que, segundo as respostas dos alunos, fogem do mercado Imobiliário de João Pessoa e que determinadas disciplinas não estão focadas para o mercado de corretor de imóveis. Comentou-se que a maioria das disciplinas são importantes, mas que deveriam ser implantadas disciplinas com assuntos voltados mais para a construção civil e o mercado imobiliário na prática do dia a dia, para que o aluno pudesse sentir de perto atividades *in loco*.

Com relação à **satisfação com o curso**, os alunos entrevistados mencionaram o seguinte aspectos positivos, como por exemplo o fato de o curso de NI ser um curso superior na área de gestão imobiliária que aprofunda conhecimentos no mercado imobiliário, bem como também ser gratuito e em uma instituição conceituada a nível nacional.

Com relação à **insatisfação com o curso**, os alunos entrevistados mencionaram o seguinte: algumas disciplinas ofertadas abordam assuntos semelhantes, disciplinas que fogem do mercado imobiliário de João Pessoa, disciplinas que não estão focadas para profissão de corretor de imóveis, falta de interação entre alunos e gestores do curso, alguns professores que não interagem com o aluno, falta de valorização dos Tecnólogos junto ao CRECI.

Com relação a **Sugestões de Melhorias**, os alunos entrevistados listaram o seguinte: Deveria haver maior interação entre alunos e coordenação, também seria necessário implantar mudanças na estrutura curricular - eliminando pré-requisitos, inclusão de matérias práticas que vivenciem o dia a dia do corretor de imóveis, maior interação com o conselho regional de imóveis (CRECI), disciplinas que sejam relacionadas à construção civil, técnicas

de vendas *in loco*, eliminação de várias restrições, professores focados para o mercado imobiliário da cidade.

5.1.2 Aspectos Conclusivos

Após a construção deste relatório e TCC, resultado de pesquisa cuidadosa com alunos do curso Superior de Tecnologia em Negócios Imobiliários, pode-se considerar que este curso apresenta problemas ainda, como os que foram apontados pelos alunos entrevistados. O resultado positivo, entretanto, prevaleceu, conforme pode-se perceber na quantidade de respostas sobre a valorização do curso no mercado imobiliário, em que as opções *bom* e *ótimo* foram a maioria.

De qualquer forma, entendemos que toda pesquisa é feita para colaborar com algum processo. Neste caso, foram sugestões e propostas para a melhoria do desenvolvimento do curso. Espera-se que este trabalho tenha reconhecimento no sentido de aperfeiçoar o que já vem funcionando satisfatoriamente e corrigir os entraves, todos destacados pelo questionário realizado com os alunos, sendo estes considerados bons avaliadores do curso do qual fazem parte.

REFERÊNCIAS

DAYCHOUW, Merhi. **40 ferramentas e técnicas de gerenciamento**. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LUCINDA, Marcos Antonio. **Qualidade: fundamentos e praticas para cursos de Graduação**. Rio de Janeiro: Brasport, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5.ed. São Paulo: Atlas,1999.

RESENDE, Denis Alcides. **Planejamento Estratégico para organizações privadas ou públicas**: guia pratico para o projeto de elaboração do plano de negócios. Rio de Janeiro: Brasport, 2008.

RESENDE, José Machado. **Operações imobiliárias**. Goiana: AB Editora, 2001.

APÊNDICE - Questionário

Este questionário é um instrumento de coleta de dados da pesquisa: **Satisfação: Estudo com Alunos do Curso de Negócios Imobiliários do IFPB - Campus João Pessoa.**

1. Qual a sua avaliação para o curso de Negócios Imobiliários?

A) RUIM () B) BOM () C) ÓTIMO ()

2. Você se sente motivado com o curso?

A) SIM () B) NÃO () Por quê? _____

3. Na opinião do aluno, o mercado imobiliário de João Pessoa valoriza o curso de NI. ?

A) SIM () B) NÃO ()

4. Você gostaria que houvesse mudança na estrutura curricular ?

A) SIM () B) NÃO () Se sim, o que poderia mudar ? _____

5. Na opinião do aluno, qual a matéria menos importante para o curso de NI. Por quê?
