

MARKETING DE SERVIÇOS: ESTUDO SOBRE A SATISFAÇÃO DE ALUNOS EM UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA

Charlene Bezerra Barbosa¹; Bruna Ferreira da Silva¹; Bárbara Sampaio de Menezes²

¹Discente do Curso de Administração do Centro Universitário Católica de Quixadá.
E-mail: charlene.barbosa18@gmail.com

²Docente do curso de Administração do Centro Universitário Católica de Quixadá.
E-mail: barbarasampaio@unicatolicaquixada.edu.br

Com o crescimento das empresas de serviços, as organizações estão cada vez mais preocupadas em estabelecer um bom atendimento aos seus clientes, no intuito de torná-los mais satisfeitos com a organização. Isso em empresas privadas já ocorre de forma latente, conforme pesquisas, pois entende-se que o cliente satisfeito auxiliará no marketing de serviços da instituição. Dessa forma, surge a necessidade de explicitar como ocorre esse marketing de serviços e sua relação com a satisfação também no âmbito público. Sendo assim, o presente artigo tem como objetivo descrever a satisfação dos alunos com relação às estratégias de marketing utilizadas em uma universidade pública. Especificamente, pretendeu-se primeiramente traçar o perfil dos alunos, em seguida verificar o serviço da universidade de acordo com as cinco dimensões da escala *Servqual*, e por fim avaliar as estratégias de serviços públicos utilizadas pela instituição para manter alunos. Este estudo utilizou um referencial teórico baseado em marketing de serviços, serviços no setor público e na satisfação dos clientes no marketing de serviços. Com relação à metodologia, teve como método de abordagem o caráter quantitativo. Quanto aos procedimentos técnicos, o estudo é bibliográfico, já quanto aos fins é uma pesquisa de campo. A coleta de dados foi realizada no período de abril de 2017 por meio de *survey* através do uso da escala *Servqual* em uma universidade pública do estado do Ceará e foram aplicados 270 questionários junto aos alunos da instituição estudada. Segundo os resultados, os alunos possuem faixa etária entre 16 e 24 anos abrangendo todos os cursos da instituição, onde a avaliação dos serviços públicos é satisfatória e existe a presença das cinco dimensões do serviço estabelecidas pela escala *Servqual*: confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e tangibilidade. Conclui-se que a avaliação geral dos alunos foi satisfatória, perpassando o paradigma de que o serviço público é visto como uma ideia negativa e que é posto de forma inadequada aos cidadãos.

Palavras-chave: Estratégias. Serviços Públicos. *Servqual*.