

INSTITUTOS LACTEC

ROSILDO TRUDES VERISSIMO

**AVALIAÇÃO DA EFICIÊNCIA DE TECNOLOGIAS APLICADAS EM CURSOS DE  
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA**

CURITIBA

2016

ROSILDO TRUDES VERISSIMO

**AVALIAÇÃO DA EFICIÊNCIA DE TECNOLOGIAS APLICADAS EM CURSOS DE  
EDUCAÇÃO A DISTANCIA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento de Tecnologia, Área de Concentração Geração e Transferência de Tecnologia, do Instituto de Tecnologia para o Desenvolvimento, em parceria com o Instituto de Engenharia do Paraná, como parte das exigências para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento de Tecnologia.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Marques Trindade.

Curitiba

2016

V516a Verissimo, Rosildo Trudes.

Avaliação da eficiência de tecnologias aplicadas em cursos de educação a distância / Rosildo Trudes Verissimo. – Curitiba, 2016.

115 f. il. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Marques Trindade.

Dissertação (Mestrado) – Instituto de Tecnologia para o Desenvolvimento, Institutos Lactec – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento de Tecnologia, 2016.

Inclui Referências bibliográficas.

Bibliotecária Responsável Vania Cristina Gracia Gonçalves CRB5/1465

## TERMO DE APROVAÇÃO

**ROSILDO TRUDES VERISSIMO**

### **AVALIAÇÃO DA EFICIÊNCIA DE TECNOLOGIAS APLICADAS EM CURSOS DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA**

Trabalho de conclusão de curso aprovado como requisito para obtenção do grau de Mestre, no Mestrado Profissional do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento de Tecnologia, realização do Instituto de Tecnologia para o Desenvolvimento (Institutos Lactec) em parceria com o Instituto de Engenharia do Paraná (IEP), pela seguinte banca examinadora:

  
**ORIENTADOR: Prof. Dr. Eduardo Marques Trindade**  
Mestrado Profissional em Desenvolvimento de Tecnologia

  
**Prof. Dr. Lúcio de Medeiros**  
Instituto de Tecnologia para o Desenvolvimento (Institutos Lactec)

  
**Prof. Dr. Eduardo Cesar Dechechi**  
Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE)

Curitiba, 19 de agosto de 2016.

Dedico a todas as pessoas que contribuíram  
para a conclusão deste objetivo, em  
especial, à minha esposa Priscila de Lima  
Veríssimo, que me motivou e deu apoio para  
a conclusão do mestrado.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço em primeiro lugar a Deus, por me dar forças para continuar.

Ao meu orientador Professor Eduardo Marques Trindade, por sua orientação, pelo seu apoio e direcionamento na minha pesquisa, que sempre falou “tenha paciência que você chega lá”.

À minha esposa Priscila de Lima Veríssimo, por seu companheirismo, paciência e apoio nos momentos em que mais precisei.

À minha filha Letícia Maria de Lima Veríssimo, meu pedacinho de gente aprendendo a se comunicar e a me alegrar nas horas em que pensei em desistir.

À minha mãe Marina Mendes Trudes Veríssimo, que sempre me deu forças para nunca desistir.

Ao meu pai Rosalino Veríssimo que mesmo estando longe me incentivou muito.

Aos meus irmãos Evandro, Marcília e Romualdo que quando pensei que não ia conseguir, me fizeram crer que eu trilhei um longo caminho e não podia desistir.

À minha cunhada que com sua força nos últimos momentos de vida me mostrou o que é ter garra para lutar e nunca se entregar.

Aos meus tios Jurema e Manuel e aos meus primos, Herbert e Haniele, que acreditaram em mim.

Aos meus sogros Jurandir e Eliane, que quando precisei, estenderam as mãos.

Às minhas cunhadas que me incentivaram.

Aos meus colegas de curso que ajudaram a entender as diversas matérias que eu desconhecia.

“O temor do Senhor é o princípio da  
sabedoria, e o conhecimento do  
Santo é prudência”.  
Provérbios 9.10

## RESUMO

Com o avanço da informática e da internet, as formas de transmissão de conhecimentos e pesquisa de informações se modificaram. Como muitas pessoas não têm tempo de frequentar uma sala de aula presencial, a opção passou a ser a educação a distância, pela facilidade do aluno estudar no seu ritmo. O estudo acontece em tempos e espaços diferentes e passou a ser realizado em ambientes virtuais de aprendizagem, por meio de redes sociais, como blogs, chats e vídeo aulas. Ainda existe uma resistência com relação ao ensino ofertado à distância, via web. Esta resistência vem de várias instituições de ensino, alunos, professores e empresas que não se adaptaram com o novo, pela familiarização com a tecnologia e por mitos que existem sobre estudar a distância. Também há resistência maior no setor público que no privado, pois, existem várias reclamações de órgãos públicos que recusam candidatos aprovados em concursos, que realizaram os estudos na modalidade a distância. Para verificar as etapas da concepção à conclusão dos cursos promovidos a distância, foi utilizada a metodologia Spider, que contempla 5 fases: planejamento, produção, implantação, operação e avaliação. Foi desenvolvida uma página de internet para ofertar os cursos, produzidos os cursos de folha de pagamento, marketing pessoal, plano de negócios e vendas, em três diferentes tecnologias de informação e comunicação (blog, chat, vídeo aula) cada curso, aplicado avaliações, coletado respostas para o banco de dados. Com a coleta das respostas, foi realizada a verificação do método mais eficiente e serviu como base para estabelecer qual a tecnologia foi a mais apropriada para ser usada em cada curso. Identificou-se também que em todos os cursos aplicados nas tecnologias usadas, foram apontados bons resultados para diferentes tecnologias, em diferentes contextos e como era esperado, foram apontados alguns resultados negativos na coleta dos dados. Isso mostrou que nas diversas tecnologias utilizadas para a oferta dos cursos, não existe uma tecnologia melhor para oferta dos cursos, pois, são perfis diferentes de alunos. Alunos escolhem determinadas tecnologias pela familiaridade e facilidade de acesso. Isto impacta na utilização e no grau de conhecimentos adquiridos com relação aos conteúdos ofertados.

**Palavras-chave:** Educação a distância. Tecnologias de Informação e Comunicação. Eficiência.



## ABSTRACT

The ways to spread knowledge and research changed with the advance of computer science and internet. As many people don't have time to go to regular classes, the option became the e-learning, because of the ease for the student to learn at their own pace. The study happens in different times and environments, and it reached the cloud through social media, such as blogs, chats and video lessons. There is still some resistance to e-learning, mainly from the institutes of education, students, lecturers and organizations which are not adapted with this new context, or with the technology used and because of some myths related to e-learning. Furthermore, there is more resistance within the public sector than with private organizations, because of many complaints of candidates from e-learning who were refused by public organizations, even when they were approved on exams for the job positions. The methodology used to verify the steps to design and implement the e-learning was the spider framework, that consists of three phases: planning, design, implementing, operate and evaluation. A webpage was developed to offer the courses, that were paycheck, personal marketing, business planning and selling courses. All of them were held in three different platforms (blog, chat and video lessons). The data from the exams for each course were collected and there was an evaluation to verify which was the most efficient method and to determine which one was more adequate to each course. It was as well possible to verify that all the methods had good results in different contexts, and as it was expected, there were also bad results. Overall, it showed that from all the platforms used there is not one that is more suited for e-learning, as there are different types of student. Each student chooses the technology for the familiarity and ease to access. This has a major impact on the use and how much they learn from all the knowledge offered.

**Keywords:** E-learning; Information Technology Communication; Efficiency.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – EXEMPLOS DE REDES SOCIAIS UTILIZADAS NA INTERNET .	30
FIGURA 2 – ESQUEMA SOBRE COMO OS CONTEÚDOS SÃO ESTABELECIDOS NAS REDES SOCIAIS .....	31
FIGURA 3 – TOTAL DE CURSOS OFERTADOS EM 2014 NA MODALIDADE VIA WEB.....	39
FIGURA 4 – TOTAL DE MATRÍCULAS NOS CURSOS OFERTADOS EM 2014 NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA .....	40
FIGURA 5 – NÚMERO DE MATRÍCULAS EM CURSOS DE GRADUAÇÃO POR ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E MODALIDADE DE ENSINO, SEGUNDO A CATEGORIA ADMINISTRATIVA – BRASIL – 2003/2013 .....	41
FIGURA 6 – METODOLOGIA SPIDER PARA CURSOS APLICADOS A DISTÂNCIA .....	49
FIGURA 7 – FLUXOGRAMA DAS ETAPAS DO PROJETO .....	51
FIGURA 8 – FLUXOGRAMA DE USABILIDADE SITE TECLACURSOS.....	53
FIGURA 9 – RESULTADO POR REGIÃO DO PAÍS ONDE SE LOCALIZAM OS ALUNOS QUE REALIZARAM OS CURSOS .....	60
FIGURA 10 – RESULTADOS POR GÊNERO DOS ALUNOS QUE REALIZARAM OS CURSOS .....	61
FIGURA 11 – RESULTADOS POR FAIXA ETÁRIA DOS ALUNOS QUE REALIZARAM OS CURSOS .....	62
FIGURA 12 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO FOLHA DE PAGAMENTO VIA BLOG.....	65
FIGURA 13 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO MARKETING PESSOAL VIA BLOG .....	66
FIGURA 14 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO PLANO DE NEGÓCIOS VIA BLOG .....	67
FIGURA 15 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO VENDAS VIA BLOG ...	68
FIGURA 16 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO FOLHA DE PAGAMENTO VIA CHAT .....	69
FIGURA 17 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO MARKETING PESSOAL VIA CHAT .....	70

FIGURA 18 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO	
PLANO DE NEGÓCIOS VIA CHAT .....	71
FIGURA 19 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO VENDAS VIA CHAT ...	72
FIGURA 20 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO	
FOLHA DE PAGAMENTO VIA VÍDEO AULA .....	73
FIGURA 21 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO	
MARKETING PESSOAL VIA VÍDEO AULA .....	74
FIGURA 22 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO	
PLANO DE NEGÓCIOS VIA VÍDEO AULA .....	75
FIGURA 23 – NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO	
VENDAS VIA VÍDEO AULA .....	76
FIGURA 24 – TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE DO CURSO	
FOLHA DE PAGAMENTO .....	77
FIGURA 25 – TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE DO CURSO	
MARKETING PESSOAL .....	78
FIGURA 26 – TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE DO CURSO	
PLANO DE NEGÓCIOS .....	79
FIGURA 27 – TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE DO CURSO VENDAS .....	80
FIGURA 28 – FAIXA ETÁRIA DOS ALUNOS NA MODALIDADE	
PRESENCIAL .....	81
FIGURA 29 – TOTAL DE APROVADOS CURSO FOLHA DE PAGAMENTO ....	82
FIGURA 30 – TOTAL DE APROVADOS CURSO MARKETING PESSOAL .....	83
FIGURA 31 – TOTAL DE APROVADOS CURSO PLANO DE NEGÓCIOS .....	84
FIGURA 32 – TOTAL DE APROVADOS CURSO VENDAS .....	84
FIGURA 33 – COMPARAÇÃO DAS AVALIAÇÕES PRESENCIAL E A	
DISTÂNCIA DO CURSO FOLHA DE PAGAMENTO .....	85
FIGURA 34 – COMPARAÇÃO DAS AVALIAÇÕES PRESENCIAL E A	
DISTÂNCIA DO CURSO MARKETING PESSOAL.....	86
FIGURA 35 – COMPARAÇÃO DAS AVALIAÇÕES PRESENCIAL E A	
DISTÂNCIA DO CURSO PLANO DE NEGÓCIOS .....	87
FIGURA 36 – COMPARAÇÃO DAS AVALIAÇÕES PRESENCIAL E A	
DISTÂNCIA DO CURSO DE VENDAS .....	88

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – HISTÓRICO DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NO BRASIL .....	27
TABELA 2 – NÚMERO DE MATRÍCULAS EM CURSOS DE GRADUAÇÃO POR ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E MODALIDADE DE ENSINO, SEGUNDO A CATEGORIA ADMINISTRATIVA – BRASIL - 2003/2013 .....	42
TABELA 3 – TENDÊNCIAS APLICADAS À EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA .....	46
TABELA 4 – NÚMERO DE ALUNOS POR ESTADO PARA TODOS OS CURSOS DO PROJETO .....	59
TABELA 5 – QUANTIDADE DE ACESSOS VIA BLOG .....	64
TABELA 6 – QUANTIDADE DE ACESSOS VIA CHAT .....	69
TABELA 7 – QUANTIDADE DE ACESSO VIA VÍDEO AULA .....	72
TABELA 8 – GÊNERO DOS RESPONDENTES NOS CURSOS PRESENCIAIS .....	81
TABELA 9 – QUESTÃO 1 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: ESCOLHA DOS MOTIVOS DE REALIZAR CURSO EAD .....	89
TABELA 10 – QUESTÃO 2 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: FACILIDADE EM USAR A INTERNET.....	90
TABELA 11 – QUESTÃO 3 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: EXISTEM MAIS CONTEÚDOS DISPONÍVEIS NA INTERNET PARA PESQUISA .....	90
TABELA 12 – QUESTÃO 4 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: DIFICULDADE NA REALIZAÇÃO DA EAD .....	91
TABELA 13 – QUESTÃO 5 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: AS DÚVIDAS FORAM RESOLVIDAS PELO TUTOR .....	92
TABELA 14 – QUESTÃO 6 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: O CURSO CONTRIBUIU PARA MINHA VIDA PROFISSIONAL .....	92
TABELA 15 – QUESTÃO 7 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: A EAD TEM MAIS VANTAGENS DO QUE DESVANTAGENS .....	93
TABELA 16 – QUESTÃO 8 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: VOCÊ RECOMENDARIA A EAD PARA OUTRAS PESSOAS .....	93

## **LISTA DE SIGLAS**

ABED – Associação Brasileira de Educação a Distância

AVA – Ambiente Virtual de Aprendizagem

EAD – Educação a Distância

MEC – Ministério da Educação e Cultura

TIC – Tecnologia de Informação e Comunicação

WEB – Word Wide Web

UFC – Universidade Federal do Ceará

SENAC – Sistema Nacional de Aprendizagem Comercial

CBO – Classificação Brasileira de Ocupação

UAB – Universidade Aberta do Brasil

IF – Instituto Federal

CEFET – Centro Federal de Educação Tecnológica

SEMESP – Sindicato das Entidades Mantenedoras de Estabelecimentos de Ensino Superior no Estado de São Paulo

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	15
1.1	CONTEXTO	15
1.2	OBJETIVOS	17
1.2.1	Objetivo Geral	17
1.2.2	Objetivos Específicos	17
1.3	JUSTIFICATIVA	18
1.4	ESTRUTURA DO TRABALHO	19
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	20
2.1	EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA	20
2.2	CONCEITOS	22
2.3	RESISTÊNCIA À EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA	23
2.4	DIFERENÇAS ENTRE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA E PRESENCIAL	24
2.5	A EAD NO BRASIL	26
2.6	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E A EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA	28
2.6.1	Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA)	28
2.6.1.1	Redes sociais	29
2.6.1.2	Blog	32
2.6.1.3	Chat	34
2.6.1.4	Vídeo aula	35
<b>3</b>	<b>ESTADO DA ARTE</b>	37
3.1	PLANEJAMENTO E GESTÃO EM EAD	37
3.1.1	Aceitação da educação a distância no Brasil	37
3.2	AGENTES ENVOLVIDOS NA EAD: TUTOR E ALUNO	43
3.2.1	Tutor / professor da EAD	43
3.2.2	Aluno da EAD	44
3.3	TENDÊNCIAS DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA	45
3.4	METODOLOGIA SPIDER APLICADA NA EAD	48
<b>4</b>	<b>MATERIAIS E MÉTODOS</b>	50
4.1	ABORDAGEM METODOLÓGICA	50
4.2	AMOSTRAS, COLETA DE DADOS E PROCEDIMENTOS	50
4.3	ETAPAS DA PESQUISA	51

4.3.1	Etapa 1: Criar página de internet .....	52
4.3.2	Etapa 2: Disponibilizar o site na internet .....	54
4.3.3	Etapa 3: Divulgar do site .....	54
4.3.4	Etapa 4: Desenvolver os cursos e avaliações .....	54
4.3.5	Etapa 5: Aplicar os cursos e avaliações .....	55
4.3.6	Etapa 6: Aplicar avaliação de reação .....	55
4.3.7	Etapa 7: Tabular e consolidar os dados .....	56
4.4	METODOLOGIA SPIDER UTILIZADA NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DOS CURSOS EAD .....	56
<b>5</b>	<b>ESTUDO DE CASO</b> .....	<b>57</b>
5.1	APLICAÇÃO DOS CURSOS E AVALIAÇÕES VIA WEB .....	57
5.2	APLICAÇÃO DOS CURSOS E AVALIAÇÕES PRESENCIAIS .....	58
5.3	APLICAÇÃO DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO .....	58
<b>6</b>	<b>ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	<b>59</b>
6.1	TOTAL DE RESPOSTAS POR ESTADO DOS ALUNOS EAD .....	59
6.2	RESULTADOS POR GÊNERO DOS ALUNOS EAD .....	61
6.3	RESULTADOS POR FAIXA ETÁRIA DOS ALUNOS EAD .....	62
6.4	QUANTIDADE DE ACESSOS VIA BLOG .....	64
6.5	ALUNOS APROVADOS FOLHA DE PAGAMENTO VIA BLOG .....	65
6.6	ALUNOS APROVADOS MARKETING PESSOAL VIA BLOG .....	66
6.7	ALUNOS APROVADOS PLANO DE NEGÓCIOS VIA BLOG .....	67
6.8	ALUNOS APROVADOS VENDAS VIA BLOG .....	68
6.9	QUANTIDADE DE ACESSOS VIA CHAT .....	68
6.10	ALUNOS APROVADOS FOLHA DE PAGAMENTO VIA CHAT .....	69
6.11	ALUNOS APROVADOS MARKETING PESSOAL VIA CHAT .....	70
6.12	ALUNOS APROVADOS PLANO DE NEGÓCIOS VIA CHAT .....	71
6.13	ALUNOS APROVADOS DE VENDAS VIA CHAT .....	71
6.14	QUANTIDADE DE ACESSOS VIA VÍDEO AULA .....	72
6.15	ALUNOS APROVADOS FOLHA DE PAGAMENTO VIA VÍDEO AULA .....	73
6.16	ALUNOS APROVADOS MARKETING PESSOAL VIA VÍDEO AULA .....	74
6.17	ALUNOS APROVADOS PLANO DE NEGÓCIOS VIA VÍDEO AULA .....	74
6.18	ALUNOS APROVADOS VENDAS VIA VÍDEO AULA .....	75
6.19	TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE FOLHA DE PAGAMENTO .....	76

6.20	TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE MARKETING PESSOAL .....	77
6.21	TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE PLANO DE NEGÓCIOS .....	78
6.22	TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE VENDAS .....	79
6.23	MODELO DE AULA PRESENCIAL .....	80
6.23.1	Faixa etária dos alunos presenciais .....	80
6.23.2	Gênero dos alunos presenciais .....	81
6.23.3	Aplicação das avaliações presenciais .....	82
6.23.4	Aplicação da avaliação de Folha de Pagamento .....	82
6.23.5	Aplicação da avaliação de Marketing Pessoal .....	83
6.23.6	Aplicação da avaliação de Plano de negócios .....	83
6.23.7	Aplicação da avaliação de Vendas .....	84
6.24	COMPARAÇÃO ENTRE CURSOS OFERTADOS NA MODALIDADE A DISTÂNCIA E PRESENCIAL .....	85
6.24.1	Comparação Folha de Pagamento a distância e presencial .....	85
6.24.2	Comparação Marketing Pessoal a distância e presencial .....	86
6.24.3	Comparação Plano de Negócios a distância e presencial .....	86
6.24.4	Comparação Vendas a distância e presencial .....	87
6.25	AVALIAÇÃO DE REAÇÃO .....	88
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>94</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>96</b>
	<b>ANEXO 1 – PÁGINA DA INTERNET TECLACURSOS.COM.BR .....</b>	<b>103</b>
	<b>ANEXO 2 – AVALIAÇÃO DO CURSO FOLHA DE PAGAMENTO .....</b>	<b>104</b>
	<b>ANEXO 3 – AVALIAÇÃO DO CURSO MARKETING PESSOAL .....</b>	<b>107</b>
	<b>ANEXO 4 – AVALIAÇÃO DO CURSO PLANO DE NEGÓCIOS .....</b>	<b>110</b>
	<b>ANEXO 5 – AVALIAÇÃO DO CURSO DE VENDAS .....</b>	<b>113</b>



# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTO

Com a evolução da informática a partir da década de 50, os trabalhos que antes eram realizados manualmente, hoje são feitos na sua quase totalidade de forma automatizada. Segundo Castells, (1999, p. 71), “um conjunto de macroinvenções preparou o terreno para o surgimento de microinvenções nos campos da agropecuária, indústria e tecnologia”. Com a necessidade do governo dos Estados Unidos trocar informações em sigilo e que o inimigo não soubesse do conteúdo, na década de 60 surge a internet. Com a facilidade da utilização desta tecnologia, criou-se um meio de comunicação mais rápido e eficaz, que possibilita novas formas de troca de informações e também de aprendizagem, aproximando pessoas nos diversos e mais distantes lugares, (Filho, 2007).

O que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento / comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso (Castells, 1999, p. 69).

As formas de ensino se modernizaram e passaram a ser transmitidas online. O que antes era realizado apenas em uma sala de aula fechada, hoje não é mais realizado desta forma tão simples, pois, nem todos disponibilizam de tempo para frequentar uma sala de aula presencial e opta-se pela forma mais acessível a todos, onde pessoas podem estar presentes, sem precisarem estar no mesmo espaço físico, elas podem se encontrar em lugares diferentes, mas estar virtualmente no mesmo tempo. São conhecidos esses momentos como síncronos e assíncronos, Duarte (2014).

A internet está cada vez mais presente nos ambientes familiares, sociais, corporativos, educacionais. E com toda essa tecnologia, surge cada vez mais a necessidade de estar conectado com o mundo e com o meio. Não é diferente com a educação, nos dias atuais, a escola entra em sua casa por meio de cabos de fibra interligados e possibilita o acesso à internet, Silva, Gonçalves, Andrade e Silva, Bartolomei (2011). Novas modalidades de ensino surgem toda hora.

As tecnologias de informação e comunicação (TIC), chat, blog, vídeo aula, que se encontram disponíveis na internet fazem com que as pessoas obtenham

conhecimentos sem sair de casa, realizando cursos a distância, nas mais diversas modalidades. Novos cursos são implantados todos os dias e não faz separação ou seleção de pessoas, classes sociais, idade, região onde moram ou outras características. As diversas formas de redes sociais, que para muitos é algo apenas para diversão, espalham diversas maneiras de adquirir conhecimentos. Existe ainda certa resistência com relação à eficiência dos estudos realizados por meios de tecnologia de informação e comunicação, Nascimento, Czykiel & Figueiró (2013).

Com o crescimento da educação a distância ofertado por diversas instituições de ensino, a quantidade de alunos está crescendo numa velocidade muito grande. Diversos cursos são ofertados na modalidade a distância, como cursos de graduação, pós-graduação, mestrado e os cursos livres, de acordo com Duarte (2014).

A resistência à Educação a Distância, EAD, surge do questionamento da aplicação dos cursos e da forma como os alunos são avaliados. Existem muitos questionamentos por parte dos alunos e das instituições que ofertam os cursos, que tem resistência ao novo modelo de ensino e também das empresas que não reconhecem os conhecimentos adquiridos pelo aluno nessa modalidade. Segundo Duarte (2014), a EAD é uma nova modalidade de ensino e ainda existem rejeições. A crença de pessoas que ainda preferem o modelo de sala de aula tradicional e falam que professor a distância não funciona e que o aluno aprende melhor com professor presente. Comparar a eficiência das tecnologias blog, chat e vídeo aula medidas com a aplicação dos cursos Folha de Pagamento, Marketing Pessoal, Plano de Negócios, Vendas e fazendo a comparação com a modalidade presencial, através de avaliações para ver qual tecnologia é mais eficiente.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral:

Comparar a eficiência das tecnologias blog, chat e vídeo aula, na concepção e oferta dos cursos folha de pagamento, marketing pessoal, plano de negócios e vendas, ofertados no modelo EAD, de acordo com a percepção dos alunos, por meio da aplicação de provas e coleta de dados, fazendo a comparação com os cursos aplicados na modalidade presencial.

### 1.2.2 Objetivos Específicos:

1. Coletar informações e elaborar um banco de dados com o perfil dos participantes.
2. Criar, desenvolver, divulgar e aplicar 4 cursos diferentes em 3 tecnologias (blog, chat, vídeo aula) cada um.
3. Coletar as informações e tabular os dados, para que possa ser feito a comparação dos cursos aplicados a distancias com o presencial.
4. Identificar as formas mais eficientes de transmissão de conhecimento, por uma análise comparativa de desempenho dos alunos, através da tabulação de dados no Excel.
5. Verificar o desempenho dos alunos e comparar com resultados de cursos presenciais.
6. Avaliar a eficiência das tecnologias na modalidade a distância via web.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

Atualmente, no âmbito educacional exige-se uma ampla discussão acerca de se repensar os modelos de educação e tecnologia existentes em nosso país, principalmente no que diz respeito à EAD. Por estar em constante expansão, torna-se necessário, por parte dos educadores em geral uma reflexão de forma integrada, visando criar propostas pedagógicas para que se desenvolvam as potencialidades que estas novas tecnologias podem proporcionar na construção do conhecimento.

A presente pesquisa justifica-se pelo fato de ser necessária a avaliação e consequente contribuição no aperfeiçoamento da modalidade do ensino à distância, cuja aprendizagem independe da presença física de alunos nas instituições de ensino. Através desse estudo, foi possível perceber com o levantamento de dados por meio de cursos ofertados por diferentes formas de transmissão à distância, alguns itens que podem contribuir para melhorias no que diz respeito à forma como os conteúdos são ofertados.

É cada vez mais notável o interesse social nesta forma de ensino, seja pela praticidade do aluno poder estudar onde e quando puder, ou por não ter acesso a instituições de ensino presenciais que ofereçam o curso de seu interesse; neste sentido nota-se que existem políticas públicas que definem posicionamentos mais detalhados sobre este assunto, buscando estabelecer legislações específicas de incentivo à EAD.

Segundo documento do MEC, que apresenta referenciais de qualidade para a EAD em relação ao ensino superior à distância:

No contexto da política permanente de expansão da educação superior no Brasil, implementada pelo MEC, a EAD coloca-se como uma modalidade importante no seu desenvolvimento. Nesse sentido, é fundamental a definição de princípios, diretrizes e critérios que sejam referenciais de qualidade para as instituições que ofereçam cursos nessa modalidade. (SEED - SECRETARIA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 2007).

Os desafios que a EAD apresenta no contexto da aprendizagem, assim como as vantagens e benefícios por ela oferecidos merecem, portanto, serem tratados através de análise no contexto social, visando aprofundar conhecimentos no assunto, levantar dados relevantes e identificar as necessidades de investir esforços para o desenvolvimento de habilidades que facilitem e elevem os níveis de

aprendizagem através do processo da Educação a Distância. Para tanto, foram aplicados testes que apontam para esta realidade, usufruindo-se das diversas tecnologias de transmissão no âmbito da EAD. Os testes também foram importantes para identificar quais ferramentas utilizadas na transmissão de cursos são mais eficientes e viáveis no processo de aprendizagem à distância.

#### 1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

Buscando alcançar os objetivos desta pesquisa, a dissertação estrutura-se em 7 capítulos. O primeiro capítulo contempla as noções introdutórias com a contextualização, depois são definidos os objetivos e as justificativas.

No segundo capítulo foram apresentados os conceitos que ajudam na pesquisa, através da fundamentação teórica, contendo os tópicos que explica o que é educação a distância, resistência ao novo modelo de ensino, as diferenças entre presencial e a distância, as tecnologias da informação e comunicação utilizadas.

No terceiro capítulo foi desenvolvido o estado da arte, que contém como é feito o planejamento dos cursos, as características para aceitação da modalidade, os agentes envolvidos, as tendências da EAD, como é aplicado a avaliação em EAD e a metodologia utilizada para produzir os cursos.

No quarto capítulo são apresentados os materiais e os métodos utilizados para se chegar aos resultados, a forma como serão coletados os dados e o método que será utilizado. No quinto capítulo será feito um estudo de caso, para apresentar os dados coletados e para apoiar na conclusão dos resultados.

No sexto capítulo foi realizada a análise dos resultados, logo depois, sendo tabulados os dados para chegar ao sétimo e último capítulo com a conclusão dos resultados. Na qual a presente pesquisa servirá como base para trabalhos futuros.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Neste conceito evolutivo e de expansão geográfica, a educação ocorre agora à distância, chegando a diversas regiões, alcança também pessoas com deficiência ou que apresentam problemas de locomoção. E com o aparecimento de tecnologias de informação e comunicação e a criação do ambiente virtual, a aprendizagem a distância via World Wide Web (WEB), rede mundial de computadores, é uma realidade. O que antes se aprendia em uma escola presencial, agora vai além dos muros das escolas e entra na sala de aula virtual, Gebran (2009).

Quando professores e alunos estão conectados ao mundo, as estratégias de ensino e de aprendizagem mudam. Quando os professores mudam sua maneira de ensinar, passando de 'fornecedores de conhecimento' a 'companheiros do processo de aprendizagem', vemos as tecnologias serem empregadas de modo drasticamente diferente – de maneira mais parecida com as formas como elas são utilizadas em outros segmentos da nossa sociedade, Heide e Stilborne, (2000, pg. 24).

Os sistemas digitais estão mais presentes em nossas vidas, como os recursos de armazenamento, processamento de dados e compartilhamento de informações, através de programas específicos. Uma máquina pode ser programada para diversas tarefas. As tecnologias da informação são veículos que possibilitam a aproximação de diversas pessoas e lugares. A mesma tecnologia que diminui distâncias entre pessoas leva a contextualizar o futuro, e surge um novo paradigma educacional, onde a escola é um ambiente virtual criado para a construção de conhecimentos e, dentro dessa nova realidade, a figura do professor passa a ser um mediador que interpreta as informações, e passa a ter a função de preparar uma nova geração de pessoas para uma nova forma de pensar e trabalhar, levando-o a aprender mais rapidamente, Gebran (2009).

Moran (2005), afirma: “Podemos aprender juntos, mesmo em lugares distantes. Podemos planejar mudanças graduais, flexibilizando o currículo, diminuindo o número de aulas presenciais para combiná-las com atividades em laboratórios conectados à internet, com atividades à distância”.

A internet proporciona oportunidades de acesso à informação em qualquer parte do mundo. “Aprender é reorganizar as estruturas do conhecimento interagindo com os diversos estilos de pensamentos e o saber realizarem, que ocorre em um processo de diálogo das pessoas para com os outros, consigo mesmas e com o universo em que se encontram inseridas, fazendo parte de um contexto”, conforme afirma Gebran (2009, pag. 19). No novo contexto de escola, os alunos organizam seu ambiente de estudo. Eles aprendem sozinhos, através de vídeos, chats, e-mails, blogs, etc.

O novo espaço de aprendizagem tem sido chamado de ‘ciberespaço’ ou ‘espaço virtual’. É um espaço que não se define por coordenadas geográficas nem por seus elementos materiais concretos. A localização de uma sala virtual é um endereço lógico, uma sequência de caracteres que identifica um conjunto de arquivos binários num disco de computador, Azevedo (2005).

Com o aparecimento do ciberespaço, surgiram novas comunidades e novos grupos, transformando a vida das pessoas e formando comunidades virtuais. Onde várias pessoas estão conectadas e ambas interagem entre si no mesmo ambiente. A internet é um espaço de conexão de dados e conecta pessoas de vários pontos e de vários estilos, que com isso trocam informações entre si e estabelecem relações de amizade e de estudo.

Na virtualidade, tais encontros são possíveis. Talvez tenhamos que dar outro nome para a educação a distância, visto que hoje ela já não se define pela distância. O que seguramente não vamos mudar é sua definição de educação e a busca de produzir um bom ensino, do mesmo modo que em qualquer outra proposta educativa, Litwin (1997, pág. 9).

A EAD está em constante evolução e é cada vez mais procurada, por ser uma forma de aprendizagem com facilidade de acesso e por ter o mesmo reconhecimento do modelo presencial. Porém, ainda há certa resistência quando se fala nessa nova modalidade de ensino, pois, o aluno é seu próprio mentor e é responsável pelo seu empenho e dedicação nos estudos e cabe a ele ser seu próprio motivador e incentivador. Com o aumento da oferta de cursos em EAD e sua facilidade de aprender online, o ensino torna-se mais acessível, pela facilidade e comodidade de aprender em casa. Vieira (2011) aponta que ainda existe “resistência ao novo” e os alunos não abrem mão da leitura e a consulta ao livro impresso. Isso

permite que o aluno leia o impresso em qualquer lugar e não em frente a um computador.

Com este crescente aumento da oferta de cursos na modalidade a distância, surge a necessidade de avaliar as instituições que ofertam os cursos, ou o modo como são geridos. Como destaca Rumble (2003, p. 7), a gestão é “um processo que permite o desenvolvimento de atividades com eficiência e eficácia, a tomada de decisões com respeito às ações que se fizerem necessárias, à escolha e à verificação da melhor forma de executá-las”. Com o aumento da procura pelos cursos ofertados a distância, se tem a preocupação de como avaliar essa modalidade.

Porém a confiabilidade nesse novo contexto de ensino ainda tem de ser verificada, porque muitos temem e não conseguem sair de suas crenças para explorar esse mundo, com resistência a este produto novo. Diante desta desconfiança, a presente pesquisa enfoca as diversas técnicas de transmissão de conhecimento aplicadas nos cursos na modalidade a distância, com um estudo aprofundado destas diversas tecnologias encontradas na internet, nos mais variados modelos.

Uma vez que os alunos não estão em uma mesma sala onde o professor observa a reação no momento da transmissão, a eficiência do recebimento correto do conteúdo não dependerá somente do assunto e da forma, mas da capacidade e do histórico educacional do receptor, e principalmente do momento em que recebe a mensagem. Estas variáveis não estão sob o controle ou conhecimento do emissor da informação e, portanto, as técnicas utilizadas para transmissão da informação têm eficiências diferentes.

## 2.2 CONCEITOS

A Educação a Distância (EAD), é uma modalidade de ensino que leva conhecimentos às pessoas em diversos lugares, que não tem condições de frequentar uma sala de aula. São vários conceitos aplicados à essa modalidade. Com a evolução dos sistemas de informação, os modelos de ensino passaram a ter novas formas de transmissão de conhecimentos. A EAD utiliza tecnologias que levam a sala de aula até os lugares mais distantes e difíceis.



De acordo com Maia e Mattar (2007), a EAD é uma forma de ensino onde “professores e alunos” estão em lugares diferentes, que trabalha com as mais variadas tecnologias para se comunicarem e que são definidas pelas instituições. Pessoas estão conectadas por meio de um canal de comunicação onde estão em locais diferentes e tempos diferentes.

Estamos numa fase de transição na educação a distância. Muitas organizações estão se limitando a transpor para o virtual, adaptações do ensino presencial (aula multiplicada ou disponibilizada). Há um predomínio de interação virtual fria (formulários, rotinas, provas, e-mail) e alguma interação on-line (pessoas conectadas ao mesmo tempo, em lugares diferentes). Apesar disso, já é perceptível que começamos a passar dos modelos predominantemente individuais para os grupais na educação a distância. Das mídias unidirecionais, como o jornal, a televisão e o rádio caminharam para mídias mais interativas e mesmo os meios de comunicação tradicionais buscam novas formas de interação. Da comunicação off-line estamos evoluindo para um mix de comunicação off e on-line (em tempo real), Moran (2000).

Educação a Distância tem diversas definições. Uma definição é do MEC, Decreto 5.622, de 19.12.2005 (que revoga o Decreto 2.494/98), que regulamenta o Art. 80 da Lei 9.394/96 (LDB), que diz que a educação a distância é a maneira de transmissão de conhecimentos, utilizando meios e tecnologias de informação e comunicação, para aproximar escola e aluno.

### 2.3 RESISTÊNCIA À EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

A resistência a EAD vem de vários lugares e situações, seja por meio das instituições que ofertam os cursos, pelos alunos, pelas empresas que ofertam vagas de emprego, pelos professores, pelos alunos que ainda desconhecem a nova forma de educação transmitida a distância e pela familiarização com a tecnologia, etc. Tudo que é novo aos olhos de quem vê causa certa estranheza, pois, não se sabe com o que se está lidando ou conhecendo.

Como coloca Neto (2010), os receios mais comuns dos professores são de que os professores de ensino presenciais não tenham espaço entre os professores de educação a distância, onde a adequação as inovações tecnológicas é importante. A figura do “professor transmissor” aquele que tira dúvidas na hora, que é amigo, onde o aluno pode encontrá-lo na rua e bater um papo, na EAD tem o nome de tutor, onde muitas vezes esse encontro nunca será realizado. De fato, as mudanças

chegam e para isso é preciso adequação ao novo, mas todos têm um período de adaptação. O temor de que a escola presencial seja substituída pela educação não presencial é um dos maiores temores enfrentados quando se fala em EAD. Muitos têm medo de perder seus empregos com a chegada da virtualização.

Vários alunos não conseguem se adaptar a EAD e muitos desistem no meio de percurso, por falta de tempo para participar com efetividade e empenho ao programa ofertado ou mesmo por não conseguirem usar de modo correto a plataforma de oferta dos cursos.

De acordo com Jacqueline Resch, diretora da RH Consultoria, “Ainda existe um pouco de preconceito no mercado. Mas, na era digital, é um contrassenso discriminar alguém que conseguiu seus conhecimentos por meio da tecnologia”, como comenta no jornal o Estadão.

De acordo com o CENSO 2014, encomendado pela Associação Brasileira de Ensino à Distância (ABED), a evasão é um dos maiores obstáculos enfrentados pelas instituições que ofertam os cursos. A taxa de evasão dos alunos se concentrou na faixa dos 25% e a falta de tempo para estudar é uma das principais causas que faz com que o aluno desista de concluir os cursos a distância.

“Também há resistência maior no setor público que no privado. Recebemos muitas reclamações por causa de órgãos e prefeituras que recusam candidatos EAD aprovados em concursos”, explica Ricardo Holz, presidente da Associação Brasileira de Ensino a Distância, no jornal o Estadão. Existe um longo caminho a se percorrer, porém, a educação a distância passou de grande dúvida para um ensino aceitável e facilitador à pessoas que encontram dificuldades para a busca de conhecimentos.

## 2.4 DIFERENÇAS ENTRE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA E PRESENCIAL

Com as mudanças de paradigmas educacionais, surge um novo modelo de ensino, que é a educação a distância, como comenta Júlia Eugênia Gonçalves da Fundação Aprender. Em comparação ao modelo tradicional de ensino, onde alunos e professores precisam estar no mesmo ambiente físico para que aconteça a aula, agora a educação se faz virtualmente, onde as distâncias são quebradas e a educação é levada onde o aluno está.

O modelo de educação presencial tem as seguintes características, como destaca Tori (2003):

- O aluno está no ambiente físico da sala de aula;
- O professor está presente para sanar as dúvidas;
- Os conteúdos são passados no quadro negro ou projetor e por meio de livros impressos ou digitais;
- As avaliações são presenciais;
- Trabalhos são feitos em grupos;
- O horário é definido como carga horária específica;
- O deslocamento até a sala de aula é difícil.

Nesse modelo de educação as dúvidas são sanadas com o professor presente. Como cita Tori (2010), “as atividades educacionais desenvolvidas em um mesmo espaço físico facilitam a interação entre aluno e professor, e entre os próprios alunos, além de propiciar ao professor a obtenção instantânea e contínua de feedback visual, auditivo e emocional”. A educação presencial para que ela aconteça, é fundamental ter no mesmo ambiente físico as presenças de professores, alunos e outros atores que ajudem no processo ensino aprendizagem.

Na modalidade de ensino a distancia, as formas de transmissão de conhecimentos mudam e a EAD segue as seguintes características, de acordo com Gebran (2009):

- O aluno estuda onde e quando desejar;
- O professor é virtual e tira as dúvidas através de e-mails, blogs, etc;
- Os conteúdos são online e podem ser acessados onde e quando forem precisos e buscam-se mais conteúdos para estudos na internet;
- As avaliações são online com tempo pré-estabelecido;
- O aluno EAD define seu melhor horário para estudo;

Segundo Demarco e Honorato (2013), “a educação presencial e a EAD têm seus valores e singularidades, mas considera-se que a principal diferença entre as duas é o potencial colaborativo da EAD”. Onde todos os alunos colam nas páginas a sua postagem e criam uma atividade coletiva. Onde são criados textos coletivos que servem como referência para tirar dúvidas ou responder questionamentos, facilitando o aprendizado.

Segundo Moraes (2011), a EAD tem vários benefícios e existem também alguns pontos negativos. Alguns pontos negativos surgem com a implantação da

modalidade e os desafios e problemas precisam de estudos para que se chegue a definir uma solução para as ferramentas e modelos.

Moraes (2011) destaca algumas desvantagens da EAD:

**Dependência da tecnologia:** a maioria dos cursos a distância são transmitidos via web e muitos alunos não tem os recursos tecnológicos necessários para terminar os estudos. Alguns alunos não possuem os conhecimentos necessários para realizar o curso, pois, não conseguem realizar algumas atividades na internet.

**Dedicação do aluno:** para realizar o curso com eficiência, é preciso ter um tempo disponível para acessar as atividades e realizá-las.

**Material de impressão:** a falta de material impresso ou dificuldade de impressão proporciona ao aluno a desmotivação e a descontinuidade do programa. A desmotivação é causada pela falta de um auxílio de um livro ou algo similar.

**Confecção dos cursos:** a forma como são produzidos os materiais didáticos, bem como, a forma de transmissão de conhecimentos, Matos (2012). Segundo o mesmo autor, “a não presença do educador para tirar as dúvidas do aluno é, muitas vezes, um problema que interfere na eficácia da aprendizagem”.

## 2.5 A EAD NO BRASIL

A EAD surgiu com o conceito de levar a educação às pessoas que não tem condições de frequentar uma sala de aula física. Vianney (2005) destaca os principais acontecimentos ao longo da história, que envolve a evolução da EAD no Brasil, na qual data do primeiro acontecimento no ano de 1904, com ensino por correspondência, que oferecia cursos de datilografia, através do Jornal do Brasil. Os alunos buscavam melhores empregos e o envio de materiais acontecia por correspondência. A primeira transmissão da educação a distância através do rádio teve início com a criação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923, que transmitia programas educativos, criada por Roquette Pinto. Esse foi o marco da EAD pelo sistema radiofônico.

Em 1939, é criado o Instituto Monitor, considerada a primeira escola de cursos profissionalizantes a distância, que disponibilizava cursos por correspondência. Nesta forma de educação surge também, em 1941 o Instituto Universal Brasileiro. Nas décadas de 1970 e 1980, surgem fundações privadas e

organizações não governamentais que ofertam cursos supletivos à distância, por meio de programas transmitidos pela televisão e via satélite, com *kits* impressos.

A partir dos anos 90, com a evolução dos meios de comunicação, a internet se faz presente para todas as pessoas e traz consigo uma forma de transmitir conhecimentos mais abrangentes, onde todos se conectam a vários lugares e pessoas, e com isso aparecem comunidades virtuais. Os membros das comunidades compartilham conhecimentos entre si e trocam experiências. Os ambientes virtuais nos anos atuais estão mais presentes, os alunos participam de ambientes virtuais de comunicação, utilizando blog, chat, vídeo conferência, wikis e outros ambientes. O ensino a distância é uma realidade que o governo passou a reconhecer através do decreto nº. 5.622, onde estabelece que estudantes e professores, desenvolvam em espaços e tempos diferentes as atividades solicitadas. Na TABELA 1, é mostrada um pouco da história da EAD no Brasil.

TABELA 1 - HISTÓRICO DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NO BRASIL

<b>Breve histórico do uso de tecnologias na EAD no Brasil</b>	
1904	Mídia impressa e correio – ensino por correspondência privado.
1923	Rádio Educativo Comunitário.
1965-1970	Criação das TVs Educativas pelo poder público.
1980	Oferta de supletivos via telecursos (televisão e materiais impressos), por fundações sem fins lucrativos.
1985	Uso do computador “stand alone” ou em rede local nas universidades.
1985-1998	Uso de mídias de armazenamento (vídeo-aulas, disquetes, CD-ROM, etc.) como meios complementares.
1989	Criação da Rede Nacional de Pesquisa (uso de BBS, Bitnet, e email).
1990	Uso intensivo de teleconferências (cursos via satélite) em programas de capacitação a distância.
1994	Início da oferta de cursos superiores a distância por mídia impressa.
1995	Disseminação da Internet nas Instituições de Ensino Superior, via RNP.
1996	Redes de videoconferência – Início da oferta de mestrado a distância, por universidade pública.
1997	Criação de Ambientes Virtuais de Aprendizagem.
1999 – 2001	Criação de redes públicas, privadas e confessionais para cooperação em tecnologia e metodologias.
1999 – 2002	Credenciamento oficial de instituições universitárias para atuar em educação a distância.

FONTE - Vianney, 2005.

Com a evolução da internet e dos ambientes virtuais, a educação a distância vem abrangendo mais alunos em diversas regiões do Brasil. A partir de 2005, com o acesso de mais pessoas à internet, a EAD está ganhando cada vez mais novos adeptos, com o reconhecimento do governo brasileiro e das facilidades de acesso aos ambientes virtuais. A EAD chega às universidades e já não é mais uma dúvida e sim uma possibilidade.

## 2.6 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E A EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) são ferramentas tecnológicas que auxiliam os estudantes a se informar sobre conteúdos disponíveis na internet e estudar com o auxílio das mesmas. As TIC são recursos que auxiliam o estudante a desenvolver habilidades para um melhor aproveitamento dos seus estudos. Com o uso das TIC a educação passou a ter uma nova prática pedagógica, passando de aulas tradicionais para aulas virtuais.

A forma de aprendizagem que embasa as necessidades do nosso tempo se fundamenta num modelo dinâmico, no qual o estudante é levado em conta com todo o seu arsenal de conhecimento. A verdadeira aprendizagem se dá quando o aluno constrói e reconstrói o conhecimento e forma conceitos sólidos sobre o mundo, o que lhe proporciona meios de agir e reagir diante da realidade, Filho (2011).

De acordo com Silva (2013), “é simples compreender que as tecnologias não podem e não devem ser consideradas boas ou ruins no contexto das ações pedagógicas voltadas à aprendizagem”. As TIC mais usadas na aprendizagem que auxiliam o aluno e professor são os ambientes virtuais de aprendizagem (AVA), vídeo aula, blog e videoconferência, chats e fóruns, bibliotecas virtuais.

### 2.6.1 Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA)

De acordo com a definição de Dias e Leite (2010, pág. 92), ambiente virtual de aprendizagem (AVA), “pode ser definida como sala de aula virtual que pode ser acessada via web”. O AVA aproxima o professor do aluno e ajuda a estabelecer a comunicação entre eles, onde pode-se fazer perguntas, tirar dúvidas.

“A comunicação mediada por computador materializa-se através das trocas de mensagens eletrônicas. Assim, a natureza da ferramenta define essa mensagem. Usam-se ferramentas **assíncronas** – e-mail, lista de discussão, fórum, vídeo aula, blog e **síncronas** – chat, Skype, celular”, Dias e Leite (2010).

Com isso compartilham-se ideias, trocam-se mensagens e debates sobre determinados assuntos acontecem, com os usuários enviando mensagens e perguntas e recebendo as respostas.

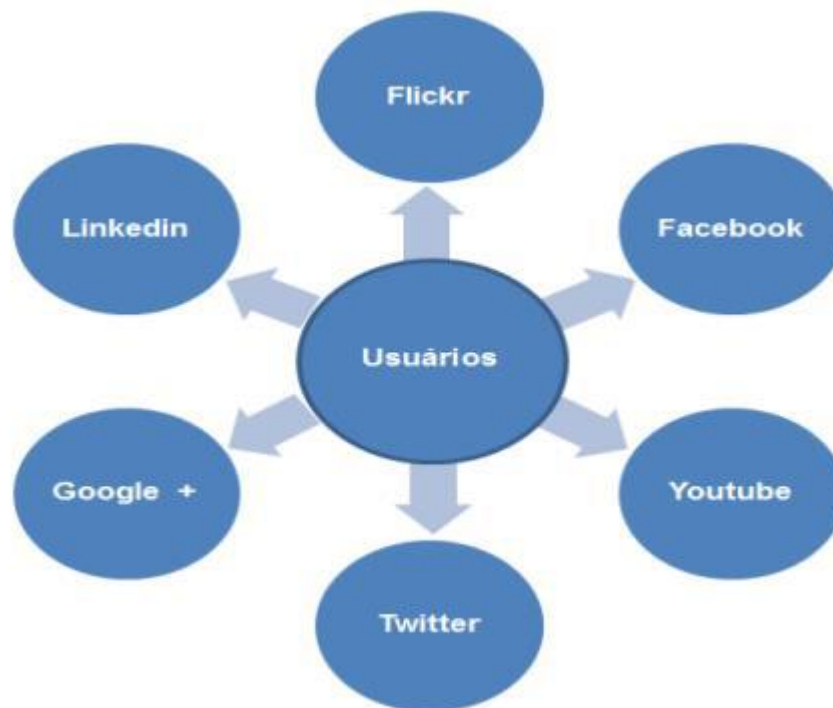
A importância de conhecer quais materiais podem ser utilizados num curso que utiliza a modalidade a distância on-line está no fato de que uma experiência interativa de aprendizagem pode se dar por meio de textos, sons, imagens, animações e vídeos. Esses meios poderão estar reunidos em programas educacionais ou de difusão, em jogos e material de referência oferecidos em enciclopédias virtuais ou outros canais virtuais, Rocha (2007).

Com as mudanças que estão ocorrendo no setor da educação, se torna mais presente o uso dos AVA, na qual possibilita a comunicação dos usuários nas atividades presenciais e a distância, na qual oferece suporte ao aluno para trocar informações entre os membros das comunidades (Ribeiro, Mendonça; de Araújo e Mendonça, Furtado de, 2007).

#### 2.6.1.1 Redes sociais

Na década de 90, com o uso da internet em grande escala, a comunicação entre as pessoas fica mais fácil e surgem as redes sociais, que são estruturas que interligam pessoas e empresas em uma sala virtual para troca de mensagens. São compostas por uma estrutura que é composta de atores para que compartilhem informações (Barcelos, Passerino e Behar, 2010). O conceito pode ser melhor visualizado na FIGURA 1.

FIGURA 1 - EXEMPLOS DE REDES SOCIAIS UTILIZADAS NA INTERNET



FONTE - o autor (2016).

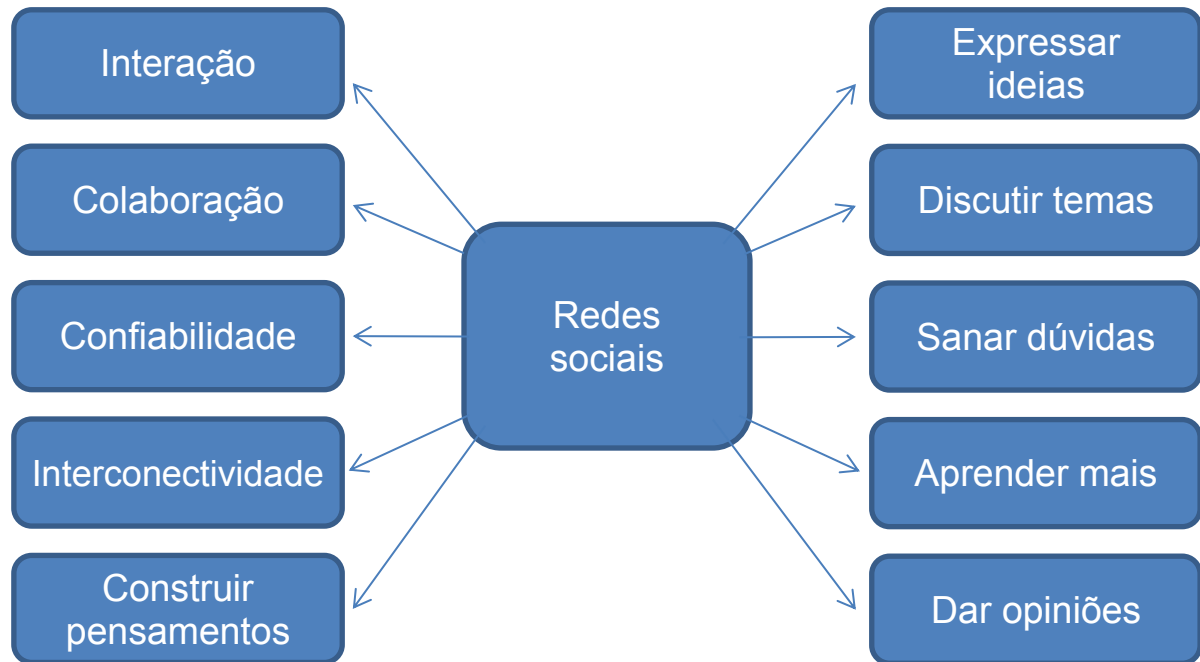
Redes sociais: são estruturas sociais compostas por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos comuns. Uma das características fundamentais das redes sociais é a sua abertura, que possibilita relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes. Um dos princípios das redes sociais, por ser uma ligação social, é a conexão fundamental entre as pessoas, que se dá por meio da identidade Teixeira, Santini, Gullaci, Lima, (2012).

As redes sociais facilitam a comunicação e a interação entre as pessoas de diferentes regiões, elas auxiliam na comunicação e compartilhamentos de ideias e arquivos entre os usuários. São muito utilizadas para a propagação de comunicados e divulgação de eventos e cursos.

Existem várias mídias que são ambientes colaborativos para compartilhar informações e para construir conhecimentos e aprender mais, na qual a comunicação cria ramificações para interligar a interação, a colaboração, a confiabilidade, a interconectividade, expressar ideias e discutir vários temas, sanar dúvidas e aprender mais, construir pensamentos e dar opiniões (Werhmuller & Silveira, 2012). Como mostra a FIGURA 2.



FIGURA 2 - ESQUEMA SOBRE COMO OS CONTEÚDOS SÃO ESTABELECIDOS NAS REDES SOCIAIS



FONTE - Adaptado de Werhmuller, Silveira, 2012.

Adami (2016), refere-se a Rede Social como: estudo do comportamento da sociedade, através das matérias da Antropologia e Sociologia, definida como a complexidade das relações entre pessoas do mesmo grupo e da sociedade. É importante estar conectado às redes sociais para que se estabeleça contato entre consumidores, empresas, instituições e alunos, na qual facilitam a divulgação de um produto, marca ou escolas. As redes sociais despertam o interesse cada vez maior pelos usuários pela facilidade com que são acessadas e a forma como as informações são compartilhadas. Com isso aumentam o networking e nas redes sociais é possível dar voz às pessoas, quando elas ficam retidas e não conseguem expressar seus sentimentos ou até mesmo interagir com alguém e ficam retraídas e não conseguem nem ao menos realizar cursos presenciais.

As redes sociais auxiliam na comunicação e trazem o indivíduo a se relacionar com os demais usuários. Existem pontos positivos como cita Daniel Santos, jornalista da Maxpress:

1. Manter relacionamentos: na correria do dia a dia e na falta de uma conversa saudável, as redes sociais auxiliam os usuários que se sentem sós, uma palavra

amiga transmitida pela tela do computador muitas vezes é suficiente para diminuir a solidão.

2. Expressar o sentimento: o usuário se sente livre para expressar seus sentimentos, sem medo de expor suas opiniões ou experiências.
3. Pensar antes de agir: na comunicação virtual quando é feita uma pergunta ou responde-se um questionário, o usuário tem o tempo para pensar e buscar na internet as respostas.
4. Ser criativo: o usuário tem o momento para personalizar seu perfil e criar novos conteúdos para conquistar novos seguidores ou amigos.

De acordo com Werhmuller & Silveira (2012), foi realizado um comparativo entre 3 redes sociais mais usadas na EAD e chegou-se aos dados seguintes:

1. Exposição de dados pessoais;
2. Falta de controle de status de usuários;
3. Ausência de algumas ferramentas para inserção de alguns arquivos;
4. Muita dispersão no envio de mensagens;
5. Sem controle no envio de mensagens.

“No universo escolar, o uso das redes sociais tem oportunizado novas experiências no contexto do ensino e da aprendizagem”, (Cordova, Fravetto, 2014).

#### 2.6.1.2 Blog

De acordo Conceição Araújo do site Infoescola.com, blog, ou weblog, são “ferramentas de comunicação” mais acessadas disponíveis na internet. Quem atualiza os blogs, são os chamados blogueiros. Os blogs e os sites são bem parecidos uns com os outros, no que diz respeito ao layout ambos tem os mesmos botões ou as mesmas ferramentas. Quem utiliza os blogs pode apenas ver os conteúdos e postar comentários. Os blogueiros costumam postar novas atualizações quase que diariamente ou em alguns casos a atualização é de hora em hora, depende do número de acessos que o blog recebe.

Como descreve Dias e Leite (2010), os blogs “podem constituir uma excelente ferramenta para a produção coletiva de conhecimentos usados de forma adequada”. Os blogs são usados para postar dúvidas, responder, realizar compartilhamentos de textos e arquivos. Com o vídeo blog podem ser acessados e compartilhados vídeos também. A diferença entre blog e site está na maneira como

os conteúdos são apresentados e compartilhados, assim como interações são realizadas. Os blogs apresentam textos que expressam as opiniões do autor, onde usuários podem colocar seus comentários e é composto basicamente por uma página, que contém a ordem cronológica dos fatos. Site é composto por várias páginas, a comunicação com o usuário é feita através de e-mail, podem ter outras ferramentas de comunicação.

Vantagens no uso de blog na educação, de acordo com Esteves e Ribeiro, 2012:

1. Potencializar o papel do professor na função de mediador e produtor de conhecimentos;
2. Incentivar a criatividade, por meio da livre escrita;
3. Desenvolver e estimular as habilidades de leitura, interpretação, redação e pesquisa;
4. Promover ao aluno para que seja autor e coautor de textos;
5. Incentivar a escrita colaborativa a partir de informações de interesses comuns;
6. Desenvolvimento do pensamento crítico e da capacidade argumentativa;
7. Exploração de hipertexto e diferentes naturezas de conteúdos de forma ilimitada;
8. Aprendizado de forma dinâmica;
9. Incentivo à pesquisa e a seleção da informação;
10. Formação de comunidades locais, regionais e internacionais de aprendizagem;
11. Possibilidades de inserção de arquivos de vídeos, áudios e links.

Para Pimentel et al (2010) citado por Esteves e Ribeiro (2012), as limitações do uso de blog na educação são:

1. Falta de preparo dos professores para lidarem com as Tecnologias da Informação e da Comunicação;
2. A não oferta, nos cursos de formação de docentes, de um preparo adequado em relação às Tecnologias da Informação e Comunicação aos acadêmicos;
3. Estudos que mapeiem o uso da ferramenta blog nos ambientes de aprendizagem;
4. Falta de maiores esclarecimentos aos docentes, tanto do suporte como da parte pedagógica na elaboração dos blogs;
5. Falta nos projetos pedagógicos dos cursos, explicitação de estratégias que poderão ser utilizadas nas diferentes disciplinas de acordo com as concepções pretendidas.

### 2.6.1.3 Chat

Os chats permitem a comunicação online, ou seja, conversas em tempo real. A principal característica de um chat é permitir a comunicação em grupo. É ideal para discussões mais leves. No entanto, é necessário que todos estejam conectados ao mesmo tempo. Portanto, é importante agendar essas conversas previamente, Dias e Leite (2010).

O chat é uma conversa em tempo real e podem-se enviar textos, imagens, vídeos, documentos e muito mais. Facilitam a comunicação entre pessoas de diferentes regiões do Brasil e do mundo. Substitui em muitos casos a comunicação por telefone. Com o uso de chat são realizados convites para acessar um conteúdo de uma página ou estudar. Pode ser usada a webcam para conversas com áudio e vídeo. Exemplos de chat: Facebook, Skype, Whatsapp, Messenger, entre outros.

Segundo Pereira e Neto (2000), a primeira vez em que foi usado o chat na educação foi no ano de 1998, na disciplina de Informática na Educação, nos cursos de Pedagogia e de Computação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Com o uso foi possível verificar a interação e a cooperação dos alunos com o uso do chat na troca de mensagens e de conteúdos para aprendizagem computacional e foi possível observar o processo de ensino-aprendizagem.

De acordo com Gerosa et al (2003) citado por Feitosa, Lima e Vasconcelos (2013), o chat se “caracteriza como um ambiente destinado à aprendizagem no qual há ausência de conteúdo expositivo” e motiva o aluno à tirar suas dúvidas e abrir espaço para o diálogo em grupo, objetivando o entendimento dos conteúdos propostos e relevantes ao grupo e permitindo poder trocar mensagens e conversar em tempo real com o outro. Com isso proporciona liberdade aos alunos para adquirir e aumentar seus conhecimentos através da troca de mensagens e discussões, bem como, os tutores online pode ser consultado e os alunos podem tirar dúvidas. Isso proporciona autonomia ao aluno para que ele busque respostas aos seus questionamentos e possa compartilhar com os demais colegas online e no mesmo tempo.

Algumas vantagens pedagógicas na utilização de chat na educação, segundo Mendonça (2014):

1. Definição de tópicos para a discussão;
2. Interação por proporcionar o esclarecimento de dúvidas, discussões e criação de vínculos;

3. Dinâmica colaborativa onde todos podem contribuir com a discussão em tempo real;
4. Armazenamento das discussões para posterior leitura dos alunos que não participaram da seção;
5. Sanar dúvidas em tempo real;

Junior (2013) destaca algumas desvantagens do uso de chat na educação:

1. A comunicação é síncrona;
2. Falta de domínio da ferramenta, é preciso que haja formação e entendimento da estrutura;
3. Não tem um tema específico;
4. Não é possível confirmar se as respostas são verdadeiras;
5. Tem que estar sempre online;
6. Não tem como corrigir uma resposta que já foi enviada.

Todas estas ferramentas da tecnologia de informação e comunicação são componentes essenciais para a propagação de cursos e a realização dos mesmos.

#### 2.6.1.4 Vídeo aula

Vídeo aula é a forma de transmissão onde o aluno assiste às aulas que são gravadas pelo professor e depois transmitidas para o aluno. É a forma mais eficaz de aprofundar o que está sendo falado ao aluno, mas na forma de vídeo. As vídeo-aulas podem ser transmitidas por meio do canal da internet Youtube. Um recurso muito utilizado na aplicação de cursos a distância são as vídeo-aulas e precisam ser bem estruturadas e gravadas, pois, a aprendizagem do aluno depende do planejamento das aulas. Segundo Testa e Kobayash (2007), ao se tratar de vídeo-aula, alguns benefícios podem ser equivalentes:

1. Confere uma maior proximidade do professor;
2. Possibilita a utilização de diferentes meios como documentos escritos, vídeos, objetos de três dimensões para todos os pontos;
3. Permite a visualização do conteúdo da aula em qualquer momento.

O vídeo tem sido cada vez mais utilizado como recurso pedagógico, pois alcança múltiplos estilos de aprendizagem e de inteligências. Pesquisadores apontam que muitos alunos aprendem melhor quando submetidos a estímulos visuais e sonoros, em comparação a uma educação tradicional,

baseada principalmente em textos impressos, Mattar, 2009; McKinney *et al*, 2009, *apud* Mattar, (2009) citado por Oliveira (2013).

As vídeo-aulas são usadas na aplicação de cursos a distância e a produção dos vídeos são feitas por professores e pelos alunos para demonstrar as suas atividades. De acordo com Moran (2000) citado por Souza, Moraes, Cordeiro, Rios (2009), a principal função do YouTube como ferramenta de ensino foi a de “vídeo ilustração”, são vídeos que mostram os conteúdos que foram apresentados nas aulas ou vídeos gravados com conteúdos inéditos para que sejam disponibilizados na internet para que o aluno possa assistir e consultar mais tarde.

O uso de vídeo-aula na educação a distância contempla vários estilos de aprendizagem e inteligências. De acordo com Oliveira (2013), as vantagens mencionadas por pesquisas são: conteúdos dinâmicos, envolvimento do aluno, melhor aprendizagem, compartilhamento de materiais. A parte negativa da elaboração de vídeo-aula é a falta de conteúdos, disposição dos vídeos na internet e a forma como são produzidos.

### 3 ESTADO DA ARTE

#### 3.1 PLANEJAMENTO E GESTÃO EM EAD

##### 3.1.1 Aceitação da educação a distância no Brasil

A Educação a Distância vem em uma crescente ascensão e esta modalidade de ensino está sendo ofertada por diversas faculdades e universidades de todo o país. A modalidade está tendo um aumento significativo no número de cursos ofertados e está alcançando diversas áreas.

O curso é ofertado em diversos níveis de ensino, como fundamental, médio, graduação, pós-graduação, cursos técnicos e profissionalizantes, cursos livres e está sendo ofertado também pela Universidade Aberta do Brasil (UAB) o mestrado em algumas áreas. Em outros países, o mestrado é ofertado a distância e tem reconhecimento. Com o aumento do número de alunos nos últimos anos, a educação a distância cresce e se torna uma opção para quem deseja estudar e não tem tempo, seja por causa do trabalho, por causa da falta de tempo para cuidar dos filhos ou por causa da distância ou deslocamento.

De acordo com Julio Cezar Pauzeiro, (2008) diretor de cursos livres da universidade Estácio, a educação a distância é “um movimento sem volta”, citado site [www.ultimosegundo.ig.com.br](http://www.ultimosegundo.ig.com.br). Falar em “evolução na educação”, quer dizer das mudanças que ocorreram na internet e o surgimento de “ambiente online”, onde são criadas comunidades virtuais e os usuários compartilham informações com o grupo. As comunidades virtuais ajudam a disseminar o ensino a distância. Preconceito quando se fala de alunos que realizaram seus estudos a distância existe, pois, o aluno é seu próprio motivador e o aluno tem que ser autodidata, pois, não tem ajuda de professores ou mestres presencialmente.

Com o crescente avanço das tecnologias e da facilidade de acesso, o aluno vai buscar alternativas de estudos que facilitem a sua busca. Com a regularização da educação a distância, pela lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996, o estudo online foi facilitado e todos que desejarem podem estudar e buscar um melhor emprego e uma melhor qualificação. A resistência com relação à educação a distância, ainda é muito grande, pois, existem ainda muitos preconceitos.

No Sistema Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) está sendo ofertada a modalidade para menor aprendiz à distância, no sistema AVA. Os cursos são ofertados de acordo com a Classificação Brasileira de Ocupação (CBO): 411010 Assistente Administrativo, 422105 – Recepcionista e 411030 – Auxiliar de pessoal e tem a carga horária de 1000 horas, sendo ofertadas 400 horas de teoria via internet e 600 de prática profissional, onde o aprendiz tem que estar presente na empresa desenvolvendo as atividades pertinentes ao cargo.

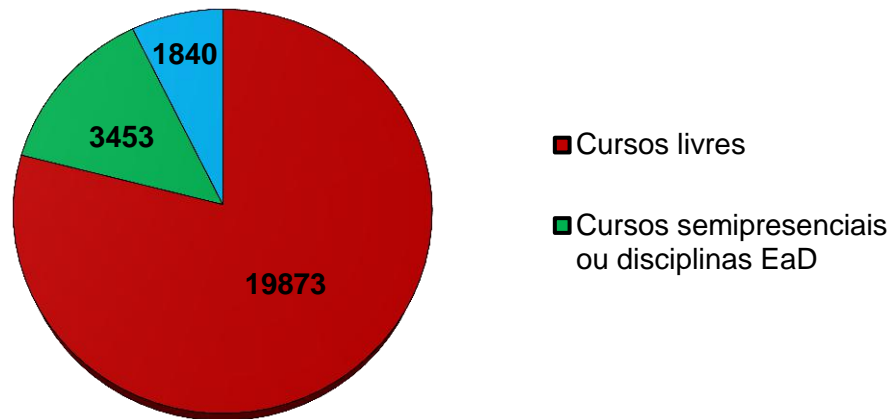
O número de matrículas e de alunos cresceu muito e está crescendo muito mais. Segundo dados do CENSO EAD.BR 2014, o Brasil registrou em 2014, 3.868.706 matrículas em cursos ofertados a distância, um volume de matriculados muito superior aos outros anos nos cursos de ensino superior no país. Em 2014 houve 519.839 matrículas em cursos regulamentados totalmente a distância, 476.484 em cursos regulamentados semipresenciais, 2.872.383 em cursos livres (corporativos e não corporativos). Isso indica que a educação a distância está com maior aceitabilidade por parte dos brasileiros e que esse tipo de ensino está começando a romper barreiras.

Com o aumento da procura por trabalhadores qualificados, o setor da educação cresceu consideravelmente e a falta de tempo para frequentar um curso presencial, fez com que a procura por uma forma mais cômoda de qualificação e pela necessidade de adquirir um diploma, muitos alunos buscassem a educação a distância. Com a pesquisa realizada pela associação ABED, no CENSO EAD.BR 2014, pode-se comprovar esses números de alunos matriculados, assim como o número de alunos que abandonam os cursos, por diversas questões.

De acordo com o último CENSO EAD.BR 2014, o número de cursos ofertados pelas instituições foi de 25.166 cursos. O total de cursos ofertados foi distribuído em cursos livres com um total de 19.873, sendo 12.475 corporativos e 7398 não corporativos. Em seguida os cursos semipresenciais ou disciplinas da EAD somaram 3.453 cursos online e 1.840 cursos totalmente a distância, de acordo com a FIGURA 3.



FIGURA 3 - TOTAL DE CURSOS OFERTADOS EM 2014 NA MODALIDADE VIA WEB

**Número dos cursos ofertados a distância**

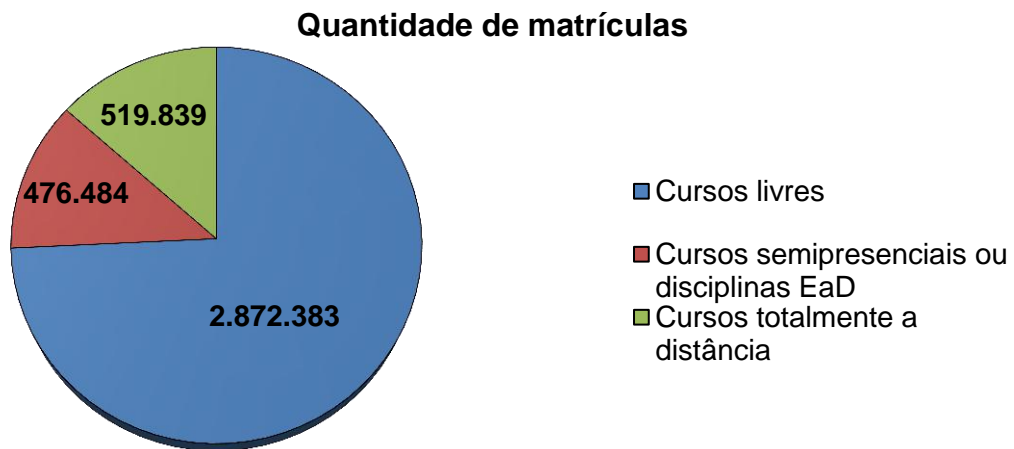
FONTE - ABED / CENSO EAD 2014.

Com os dados que são mostrados na FIGURA 3, se percebe a alta da credibilidade da educação a distância e a oferta de novas opções de curso podem surgir após a aceitação por parte das empresas e dos órgãos públicos em contratar empregados com o certificado de conclusão de cursos na modalidade a distância.

Houve um grande crescimento com relação aos anos anteriores em função muitas vezes da necessidade de qualificação dos funcionários e de uma maior capacitação. Isso caracteriza uma procura maior por parte dos usuários que estão procurando melhorar sua posição na empresa ou estão em busca de um novo emprego.

O número total de matrículas soma 3.868.706, tendo 519.839 em cursos totalmente a distância. Tendo 476.484 matrículas nos cursos semipresenciais ou disciplinas da EAD de cursos presenciais e 2.872.383 em cursos livres. Como é mostrado na FIGURA 4.

FIGURA 4 - TOTAL DE MATRÍCULAS NOS CURSOS OFERTADOS EM 2014 NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA



FONTE - ABED / CENSO EAD 2014.

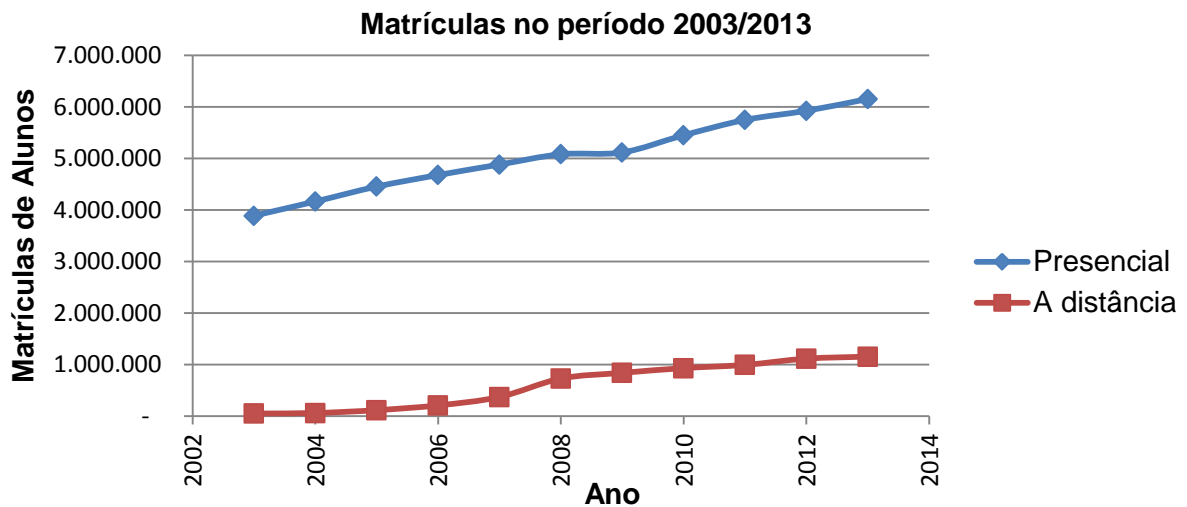
Na relação dos cursos ofertados a distância, a modalidade de cursos livres, onde são cursos rápidos e o aluno pode se aprimorar em determinadas áreas, existe um número expressivo de alunos matriculados. No entanto, algumas instituições não disponibilizaram seus dados para serem contabilizados. Isso mostra a credibilidade da educação.

Com a pesquisa realizada com um total de 241 instituições no Brasil, no que se refere aos investimentos em cursos EAD, 51% dessas instituições aumentaram os recursos disponibilizados para cursos a distância. Esses investimentos são para que as instituições possam buscar melhorar suas plataformas de oferta e gerar aumento de alunos em todas as regiões do Brasil.

Os dados estatísticos obtidos do MEC indicam um crescimento do número de matrículas na EAD nos cursos de nível superior a partir do ano de 2003 até o ano de 2013, que totalizou um crescimento acima da média. Começou com crescimento de 16,27% dos anos de 2003 – 2004, quando estava começando a oferta de cursos na modalidade, esse crescimento chegou aos anos de 2007 – 2008 a registrar o crescimento de 49,21%. De acordo com Maria Paula Dallari Bucci, secretária de educação superior do Ministério da Educação e Cultura (MEC), “a mudança das regras da educação a distância em 2007”, com a mudança na legislação e o aumento da supervisão dos cursos, foi um fator determinante para o aumento de alunos nos cursos a distância no ano de 2007 e com isso assegurar ensino de qualidade. Nos anos de 2010 – 2011 houve uma queda que chegou ao percentual

de 6,32%, voltando a crescer nos anos de 2011 – 2012, onde rendeu um crescimento de 10,86% e voltou a registrar um crescimento menor nos anos de 2012 – 2013, com 3,44% e um total de 1.153.572 alunos. Como se observa na TABELA 2 e FIGURA 5.

FIGURA 5 - NÚMERO DE MATRÍCULAS EM CURSOS DE GRADUAÇÃO POR ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E MODALIDADE DE ENSINO, SEGUNDO A CATEGORIA ADMINISTRATIVA - BRASIL - 2003/2013



FONTE - Mec/Inep; TABELA elaborada por Inep/Deed.

O ensino a distância nos cursos de nível superior, teve um crescimento acima da média em comparação ao ensino presencial. “O estudante deve ter bem mais autonomia e disciplina para fazer uma graduação não presencial”, segundo Fredric Litto, presidente da Associação Brasileira de Ensino a Distância, em entrevista ao jornal o Estadão e ainda reforça que “algumas empresas preferem profissionais com esse perfil independente e questionador”. Isso mostra que a rejeição está ficando menor e as empresas estão vendo com outros olhos este profissional. Os crescimentos do número de alunos nas modalidades educacionais são melhores visualizados na TABELA 2.

TABELA 2 - NÚMERO DE MATRÍCULAS EM CURSOS DE GRADUAÇÃO POR ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E MODALIDADE DE ENSINO, SEGUNDO A CATEGORIA ADMINISTRATIVA - BRASIL - 2003/2013

Ano	Matrículas em Cursos de Graduação														
	Total					Presencial					A distância				
	Total	Universidade	Centro Universitário	Faculdade	IF e Cefet	Total	Universidade	Centro Universitário	Faculdade	IF e Cefet	Total	Universidade	Centro Universitário	Faculdade	IF e Cefet
2003	3.936.933	2.319.097	503.577	1.054.552	59.707	3.887.022	2.276.281	501.108	1.049.926	59.707	49.911	42.816	2.469	4.626	-
2004	4.223.344	2.419.280	616.396	1.151.927	35.741	4.163.733	2.369.717	614.913	1.143.362	35.741	59.611	49.563	1.483	8.565	
2005	4.567.798	2.560.917	679.417	1.299.212	28.252	4.453.156	2.469.778	674.927	1.280.199	28.252	114.642	91.139	4.490	19.013	
2006	4.883.852	2.646.522	743.471	1.463.080	30.779	4.676.646	2.510.396	727.909	1.407.562	30.779	207.206	136.126	15.562	55.518	
2007	5.250.147	2.931.117	705.642	1.579.251	34.137	4.880.381	2.644.187	680.938	1.521.119	34.137	369.766	286.930	24.704	58.132	-
2008	5.808.017	3.270.904	755.796	1.737.290	44.027	5.080.056	2.685.628	720.605	1.632.888	40.935	727.961	585.276	35.191	104.402	3.092
2009	5.954.021	3.306.845	795.033	1.784.046	68.097	5.115.896	2.715.720	711.328	1.634.115	54.733	838.125	591.125	83.705	149.931	13.364
2010	6.379.299	3.464.711	836.680	1.990.402	87.506	5.449.120	2.809.974	741.631	1.828.943	68.572	930.179	654.737	95.049	161.459	18.934
2011	6.739.689	3.632.373	921.019	2.084.671	101.626	5.746.762	2.933.555	774.862	1.955.328	83.017	992.927	698.818	146.157	129.343	18.609
2012	7.037.688	3.812.491	1.085.576	2.027.982	111.639	5.923.838	3.009.846	829.790	1.986.263	97.939	1.113.850	802.645	255.786	41.719	13.700
2013	7.305.977	3.898.880	1.154.863	2.131.827	120.407	6.152.405	3.082.155	863.941	2.094.641	111.668	1.153.572	816.725	290.922	37.186	8.739

FONTE - Mec/Inep; TABELA elaborada por Inep/Deed.

Como se observa na tabela os dados que estão em destaque os números referentes ao crescimento de alunos matriculados nos cursos de graduação de instituições federais e particulares, onde no ano de 2003 o número de matrículas totalizou 49.911 alunos e no ano de 2013 houve um salto no número de matrículas para 1.153.572 alunos, com destaque para a educação a distância.

## 3.2 AGENTES ENVOLVIDOS NA EAD: TUTOR E ALUNO

### 3.2.1 Tutor / Professor da EAD

Na EAD o aluno não tem acompanhamento de perto do professor na sala de aula, no entanto são criadas comunidades virtuais para que o aluno possa sanar suas dúvidas e também são criados materiais onde pode ser consultado quando desejar. A figura do professor presente passa a assumir a figura do professor virtual, que é o professor que está em outro local e auxilia nas suas dúvidas, ele é responsável por estimular o aluno. Vidal e Silva (2010), afirma que na Educação a Distância “existe algo que é rico dentro do sistema educacional, que é a convivência. Esta convivência favorece a aquisição do saber, na medida em que permite a troca de conhecimentos e experiências. O tutor é o responsável, na EAD, em suprir esta carência”.

A tutoria pode ser entendida como uma ação orientadora global, chave para articular a instrução e o educativo. O sistema tutorial compreende desta forma, um conjunto de ações educativas que contribuem para desenvolver e potencializar as capacidades básicas dos alunos, orientando-os a obterem crescimento intelectual e autonomia, e para ajuda-los a tomar decisões em vista de seus desempenhos e suas circunstâncias e participação como aluno, Souza et al., (2007, p. 2) citado por Schlosser.

O tutor online em um ambiente virtual tem a total autonomia para buscar sanar todas as dúvidas que lhe forem atribuídas e questionadas. Se utilizar de uma ferramenta que na era da informação é o melhor meio que apareceu, a internet.

O tutor online é quem acompanha a evolução dos estudos dos alunos pelo uso das várias ferramentas disponíveis no AVA, quer síncronas (tempo real), quer assíncronas (em tempos distintos). Essa interação visa à motivação nos estudos a distância, principalmente pela avaliação das atividades e o feedback sobre a aprendizagem dos alunos, Belinski (2009, p. 19).

O principal desafio encontrado é o de fazer com que seu direcionamento voltado para a comunicação de oportunidade para que o aluno adquira conhecimento, aprenda com isso a ter autonomia e ter autocontrole para estimular a busca de conhecimento e possa compartilhar com seus demais colegas o que aprendeu, bem como tirar suas dúvidas.

Na função de gestor do processo pedagógico, o tutor online de acordo com Machado, Dias e Machado, Castro (2004) exerce muitos papéis como:

- Transmissor: transmitir todo o conhecimento para o aluno, fazendo com que compreenda de forma a desenvolver suas habilidades e realizar suas atividades sem problemas;
- Animador: tem como objetivo animar o aluno e com isso aguçar ainda mais o desejo de conhecer e ir à busca do seu aprendizado;
- Facilitador: faz com que o aluno busque facilidades de entender e compreender o assunto;
- Incentivador do conhecimento.

Uma rede tem que ser tecida entre o tutor e o aprendiz, de modo que as informações passadas cheguem de forma que o aluno entenda e compreenda evitando que dúvidas apareçam. O aluno com isso passa a ter mais confiança e tira aquela dúvida quando começou a realizar as tarefas. Ajudando-o a ultrapassar seus próprios limites, que lhe foram impostos com um material que é de fácil entendimento.

### 3.2.2 Aluno da EAD

Hoje, na nova sociedade, se faz essa pergunta: Quem é o aluno EAD? Existem três tipos de alunos, de acordo com Puerta e Amaral (2008): o aluno presencial, o aluno misto (presencial e virtual) e o aluno que só é virtual. O aluno presencial é a pessoa que dispõe de mais tempo para frequentar aulas, em que o professor está presente. O aluno misto é aquele que em algum período da semana, seja ele final de semana ou outro dia, sobra um dia livre para frequentar aulas, porém, a maior parte do tempo das aulas é no ambiente online. O aluno virtual, não disponibiliza de tempo para frequentar as aulas, por ser muito corrido o seu dia a dia, seja pelas tarefas com família ou com seu trabalho, por isso se desejar estudar,

o único modo é o ensino virtual, onde as aulas são quase que em sua totalidade no ambiente online.

De acordo com Belinski (2009): Na educação a distância, os alunos buscam “melhorias para sua vida” profissional e financeira e com isso precisam de qualificação. O aluno tem o poder de melhorar problemas que antes eram difíceis de serem resolvidos. Por ele realizar pesquisas na internet, ele se torna um pesquisador. Ele é motivado a buscar textos para compor soluções dos problemas propostos. O aluno EAD tem que ter “motivação e disciplina” e aprende de forma “contínua e sistemática”.

O aluno online para realizar um curso a distância, precisa determinar o tempo de estudo, organizar as suas tarefas para que saiam de acordo com o período estabelecido do curso. O aluno determina qual vai ser seu ritmo, como vai dividir o tempo para cada assunto, enfim, ele é responsável pelo sucesso ou insucesso do seu desempenho. É um estudo independente, estuda sozinho, não tem colegas para compartilhar suas experiências ou realizar trabalhos em grupos, apenas grupos virtuais onde postam suas dúvidas, coleta respostas e as interpreta da melhor forma, não tem um professor presente que tira suas dúvidas e explica, tem apenas um tutor que direciona a melhor forma de conduzir a situação. Precisa saber usar a internet, pesquisar e usar metodologias para pesquisas direcionadas.

### 3.3 TENDÊNCIAS DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

De acordo com Cortelazzo (2013), as pesquisas em relação a educação a distância têm avançado bastante e mostra que essa modalidade de ensino passou de apenas uma oferta nova para uma realidade, onde diversas instituições aderiram ao novo modelo de educação e prosperaram bastante. Com os números do último CENSO 2014 da EAD, encomendado pela ABED, mostra o crescente aumento dos cursos a distância e o número de matrículas cresce a cada ano.

Ainda de acordo com Cortelazzo (2013, pág. 190), com a introdução das tecnologias de informação e comunicação, novas oportunidades são oferecidas e algumas “situações paradoxais” surgem. Onde os responsáveis pela elaboração do curso e das aulas devem se integrar. Embora, esses profissionais em diversas situações, divirjam entre o saber fazer e o saber executar. Com o avanço das tecnologias e da oferta de novos cursos, novas formas de ensinar online passaram a

ser inseridas para os alunos da educação básica, que são “e-learning (aprendizagem on-line) e o Second Life (uma segunda vida virtual)”. Esses alunos são denominados “geração milênio (Millenials)”. Passaram a serem oferecidas pelas instituições, diversas tarefas para serem realizadas no próprio ambiente de estudo que pode ser no computador, em jogos eletrônicos, em forma de vídeo e em celulares, na qual é denominada como “geração celular (M Generation)”, com uma nova metodologia para estudos e novas idéias também, com maior acessibilidade.

Uma discussão mais ampla por parte dos protagonistas dos cursos deve ser realizada. No quadro abaixo são destacados as principais características das tendências da nova geração dos ambientes de estudos que usam as tecnologias para ensinar. De acordo com Cortelazzo (2013, pág. 191), é “fundamental que analisemos para onde vai a educação, e, em particular a EAD”. Na TABELA 3 são destacadas algumas tendências.

TABELA 3 – TENDÊNCIAS APLICADAS À EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

<b>Tendências</b>	<b>Características – 2000 (Wilson)</b>	<b>Características – 2010 (Veletsianos)</b>
Tecnologização dos sistemas escolares.	Competências padronizadas; sistemas de avaliação com indicadores de qualidade; plano de incentivos para alcançar padrões de qualidade; processos e métodos de regulação; alinhamento de métodos, avaliação e resultados; desprofissionalização da função do professor.	Superação para competências destacadas; manutenção da tendência em relação à avaliação, padrões de qualidade, processos e métodos de regulação; ato de repensar a profissão de professor em diferentes funções (autora, docência, tutoria e avaliação); autorreconhecimento e organização dos docentes.
Filosofias centradas no usuário e no aluno.	Acesso conveniente em qualquer lugar, a qualquer tempo; Construtivismo; Aprendizagem informal e apoiada em atividades extracurriculares (estágio, experiências práticas, viagens, expedições); Tecnologia de alta conectividade centrada no indivíduo; Tecnologia sem fio para comunicação; software de redes sociais.	Intensificação do u-learning (aprendizagem ubíqua); sóciointeracionismo e Personal Learning Environment (PLE) – ou, em português, Ambiente Pessoal de Aprendizagem (conjunto de ferramentas virtuais para o estudante organizar sua aprendizagem); o estudante online; múltiplas funções do professor e do estudante.
Tendências em relação ao desenho instrucional automatizado.	Taxonomias padronizadas para resultados de aprendizagem e estratégias de ensino; Geração de cursos customizados; Ferramentas de autoria mais flexíveis e adaptáveis; Reusabilidade – desenho mais modular; ferramentas de construção coletiva colaborativa (blogs e wiki).	Analítica da web (mediação, coleta, análise e relatório sobre os dados da internet para se compreender e otimizar o uso da web).

Continua



TABELA 3 – TENDÊNCIAS APLICADAS À EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

continuação

A mudança digital: avanços nas tecnologias de informação.	Capacidade de rastreamento e armazenamento de dados; Capacidade infinita de cópia de dados; Capacidade de vinculação hipertextual; Ferramentas de comunicação; Ferramentas de modelagem e representação.	Software social (facebook, myweb, ning etc.); tecnologias síncronas com vídeo (videoconferência com IP, e-portfólio etc.).
Mercado global.	Economias de escala; Mão de obra distribuída globalmente; Desagregação de serviços e produtos; Mercantilização do ensino; Mistura de educação e comércio.	Desenvolvimento e sustentabilidade.
Forças radicais inspiradas na conectividade global.	A web como força democratizadora, emancipadora (poder); Open source; Autopublicação e compartilhamento de conhecimento; Rede entre pares; Sistemas auto-organizados de aprendizagem; Ameaças para as instituições de certificação, graduação e credenciamento; Educação global como alternativa para currículo nacional.	Redes sociais
Mudanças nos paradigmas de pensamento no desenho instrucional.	Da estratégia para a atividade; do individual para o social; do social para o valor (abordagens críticas); de múltiplas escalas para escalas integradas; da causalidade linear para o impacto sistêmico.	Cultura do open-source (Brown, 2008, citado por Veletsianos, 2010); capital social (Putnam, 2000).

FONTE - Cortelazzo (2013), adaptado de Wilson (2001); Veletsianos (2010).

Ainda de acordo com Cortelazzo (2013), as ferramentas de tecnologia de informação e comunicação apoiam o professor à orientação das pesquisas relacionadas ao estudo e dão suporte aos estudantes na busca de melhoras de conteúdos e são chamados de “software social”. A “prática pedagógica” consiste em ter todas as partes envolvidas para a criação dos cursos a distância, trabalharem juntos para uma elaboração e aplicação perfeita dos cursos.

A evolução dos cursos a distância teve início a partir da primeira geração que foi a transmitida por meio de correspondência, depois pelos meios de comunicação como rádio e televisão, até chegar à geração dos cursos ofertados online e para que ocorra um melhor aproveitamento do aluno para os conteúdos disponibilizados pelo tutor, se faz necessário uma forma de fazer os cursos que seja agradável para o aluno e que não seja rejeitada. Ou seja, para a educação a distância ser bem aceita precisa de conteúdos visuais mais interessantes para que o aluno não se disperse. Com essa necessidade foram realizadas diversas pesquisas nas diversas formas de aplicação dos cursos online e também se procurou uma

metodologia que fosse desde a escolha dos cursos e conteúdos, até a melhor tecnologia de aplicação dos cursos. Depois de tudo que foi falado sobre a educação a distância e as diversas tecnologias, necessitou de uma metodologia que explicasse as formas de concepção dos cursos que serão ofertados a distância e para isso será utilizada a metodologia Spider, que será descrita a seguir.

### 3.4 METODOLOGIA SPIDER APLICADA NA EAD

Foram verificadas diversas metodologias para ajudar a construir a metodologia da pesquisa e a que parece mais adequada foi a metodologia Spider, defendida por Xavier (2005), para implementação dos cursos a distância. Detalha os processos de confecção dos cursos até a finalização com as avaliações. Buscando uma melhor qualidade na implantação dos cursos a distância, a metodologia Spider pode ser interpretada como uma forma de auxiliar os responsáveis pelo planejamento e implantação dos cursos na modalidade a distância. Xavier (2005, pag. 1) define que a metodologia Spider é “composta de fases definidas e pontos a serem observados para a criação e gestão de programas de cursos a distância, sendo encarados como uma composição de vários fatores importantes (pedagógico, tecnológico, mercadológico e operacional) que se complementam”.

Xavier (2005, pág. 5) diz que para ter um melhor aproveitamento da metodologia, define 3 “premissas”, são elas: “o projeto de um curso a distância deve ser encarado sob vários aspectos: pedagógico, tecnológico, mercadológico e operacional”, “um curso a distância deve sofrer um processo de melhoria contínua” e “a construção de um curso a distância deve oferecer ‘customização’ e flexibilidade máximas”. Esses cursos precisam de melhorias, é necessário melhorar a oferta dos cursos, atendimento aos educandos, treinar melhor os professores, melhorar material didático e oferecer condições de estudos mais adequados a cada situação.

As pesquisas sobre a metodologia Spider, que se fizeram necessárias para elaboração dos “metadados educacionais”, para agregar conteúdo, resultaram em “conjunto de informações importantes presentes nos padrões, que poderiam ser utilizadas não somente para indexação de conteúdos, mas para o planejamento, construção e avaliação de cursos” na modalidade a distância, Xavier (2005, pág. 5). Ainda de acordo com o mesmo autor, a metodologia Spider é composta de cinco

fases: planejamento, produção, implantação, operação e avaliação, como são mostrados na FIGURA 6.

FIGURA 6 - METODOLOGIA SPIDER PARA CURSOS APLICADOS A DISTÂNCIA



FONTE - adaptado de Xavier (2009).

Definição das fases: Planejamento: é necessário realizar pesquisas de público alvo, faixa etária, localização, estipular o preço dos cursos, qual tecnologia será definida como a mais apropriada para oferta dos cursos. Produção: é a parte onde são definidos os conteúdos, quem aplicará os cursos e demais componentes que farão com que o curso aconteça e como será ofertado. Implantação: envolve matrícula, seleção de alunos, definição de locais onde serão realizadas as provas presenciais, se existirem. Operação: é realizada logo após a conclusão das outras etapas, é a aplicação do curso. Avaliação: é a verificação de todo o processo anterior, onde se verifica se o método que foi utilizado foi bem assimilado, ou seja, é onde é avaliado o programa, com aplicação de provas.

Para uma boa aceitação dos cursos e o bom conteúdo, é preciso fazer toda uma análise dos componentes e dos métodos que serão aplicados, assim como os recursos que estarão disponíveis para que o aluno tenha um bom aproveitamento dos estudos.

## 4 MATERIAIS E MÉTODOS

Os materiais de pesquisa que compõe esta dissertação são compostos do ambiente de estudo, amostras compostas por alunos virtuais de vários estados e presenciais residentes no estado do Paraná e cursos realizados em algumas modalidades de ensino disponíveis na internet. Os cursos que foram utilizados para fazer com que os alunos despertassem o interesse e realizassem os estudos para fazer parte do banco de dados foram: folha de pagamento, marketing pessoal, plano de negócios e vendas e cada curso foi desenvolvido para ser ofertado em cada tecnologia e foram escolhidas as três mais usadas (blog, chat, vídeo aula), totalizando 12 cursos. Esses cursos foram desenvolvidos cada um com uma metodologia específica.

### 4.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA

De acordo com Fachin (2006) citado em Silva (2013), “o método é um instrumento que viabiliza aos cientistas a orientação geral que facilitará o processo de planejar uma pesquisa, formular hipóteses, coordenar investigações, realizar experiências, analisar e interpretar resultados”. A metodologia desta pesquisa foi baseada em uma pesquisa qualitativa com observações e apontamentos dos alunos inscritos nos cursos EAD, disponíveis na modalidade blog, chat e vídeo aula e teve como base a construção, o desenvolvimento e a utilização do ambiente de pesquisa, assim como, a coleta de respostas dos alunos participantes para a formação da base de dados, que realizaram os cursos na modalidade EAD, finalmente seguida da tabulação desses dados. Para a realização da pesquisa, necessitou realizar a construção do ambiente a ser pesquisado, assim como testar as tecnologias mais adequadas para a realização dos cursos ofertados e desenvolver cada curso, com a metodologia mais adequada.

### 4.2 AMOSTRAS, COLETA DE DADOS E PROCEDIMENTOS

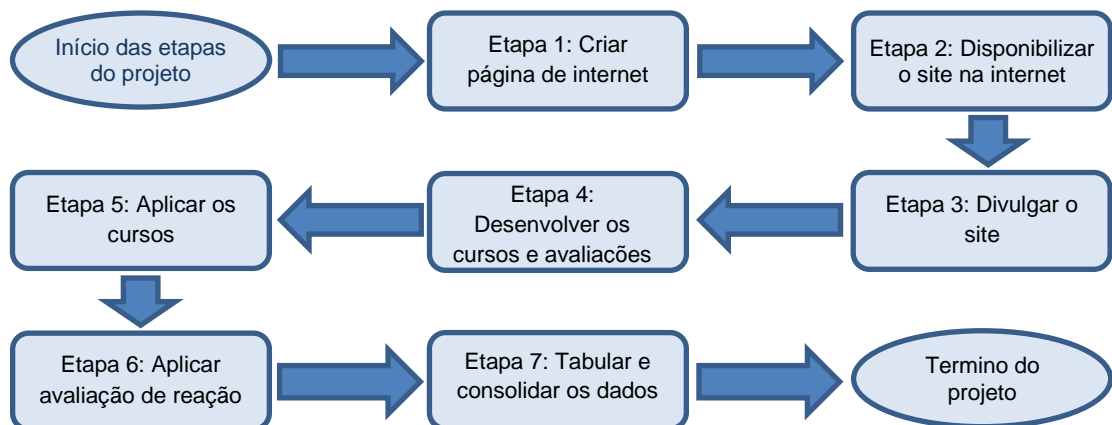
Para ter o número de alunos necessários para realizar os testes e chegar aos resultados, que ajudariam a compor o banco de dados, necessitou realizar a

divulgação dos cursos. Do total de cursos concluídos 861 alunos obtiveram notas para serem aprovados e 616 foram reprovados. Foram enviados 5493 emails para diferentes pessoas, nas quais 1268 foram recusados pelo servidor, emails respondidos alegando falta de interesse ou falta de tempo 279, e não respondidos 3246, onde 700 aceitaram realizar o curso e responder os questionários. Os acessos aos cursos ofertados foram por meio de blog no total de 926 e foram matriculados 581 alunos, os acessos por meio de chat foram 580 acessos e concluídos 399, nos acessos via vídeo aula foram 945 acessos e 497 matrículas. Foram enviados convites via redes sociais, por whatsapp, por listas de emails disponíveis na internet ou por um banco de dados cadastrados com alunos e ex-alunos da fonte do pesquisador ou convidados pessoalmente. Foi utilizado como base para a criação dos cursos e da oferta dos mesmos a metodologia Spider que serviu para planejar, ofertar e avaliar o grau de aceitação dos cursos ofertados via web.

#### 4.3 ETAPAS DA PESQUISA

As etapas foram elaboradas a partir da formulação do tema principal e dos objetivos. Para chegar aos resultados foi preciso definir as etapas que se seguiriam para o bom andamento do projeto. Foi desenvolvido um fluxograma para melhor visualização das etapas, na qual é mostrada na FIGURA 7. Que inicia com a criação de uma página de internet, disponibilização e divulgação do site, desenvolvimento e aplicação dos cursos e tabulação dos dados.

FIGURA 7 - FLUXOGRAMA DAS ETAPAS DO PROJETO



FONTE - o autor (2016).

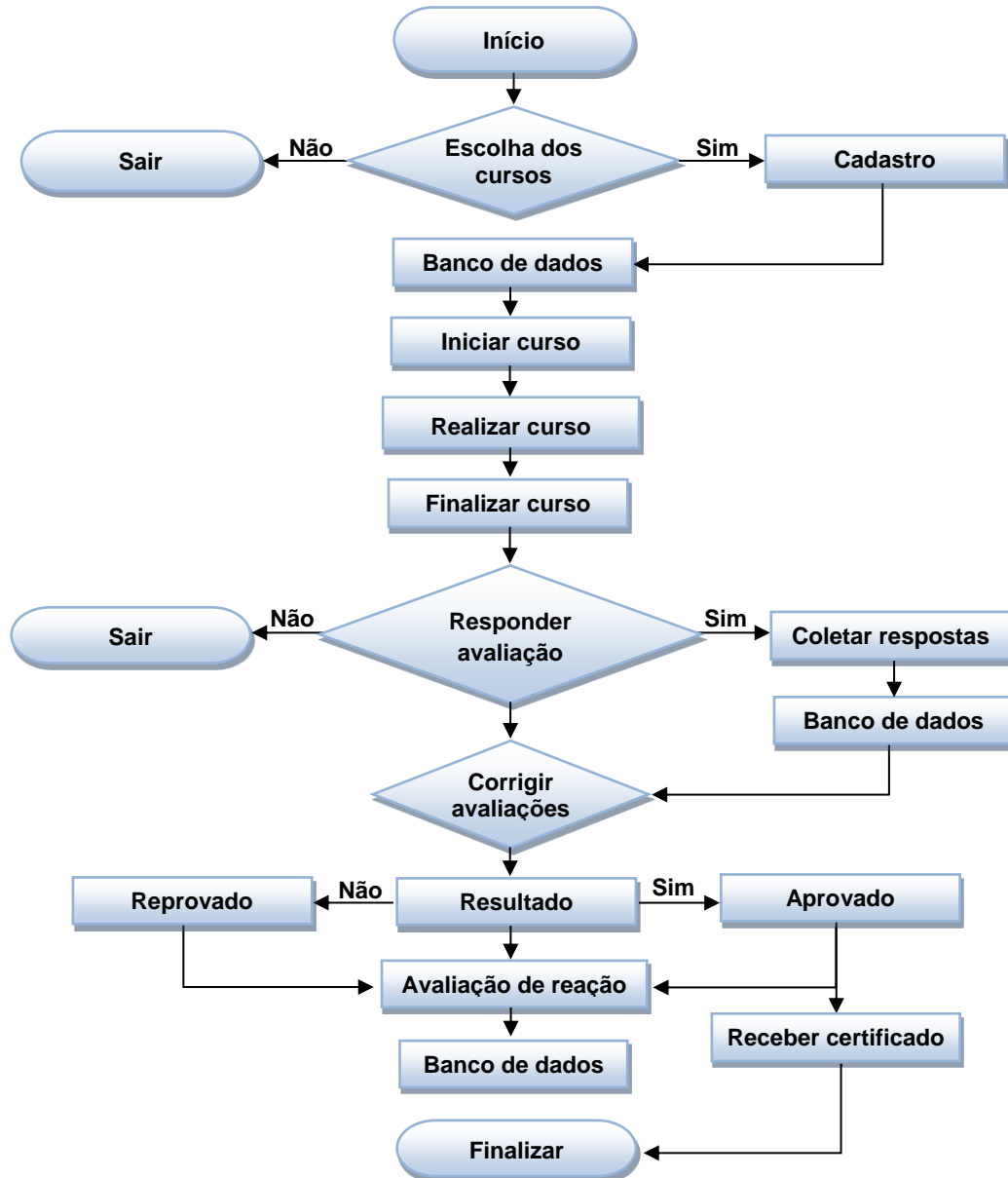
#### 4.3.1 Etapa 1: Criar página de internet

Para a perfeita realização da pesquisa no ambiente virtual, foi preciso desenvolver uma página de internet para que os cursos ficassem disponíveis para serem pesquisados e acessados pelos alunos convidados e por outros que tivessem interesse em realizar os cursos. Para realizar o desenvolvimento do site, primeiramente foram analisadas as diversas formas de usabilidade para a plataforma, como seria o acesso dos alunos aos cursos e como seria feita a formação do banco de dados. Foram realizados diversos estudos para chegar a melhor tecnologia a ser utilizado no processo de desenvolvimento do software, que seria usado como página da internet, e logo após foi desenvolvido um fluxograma, que determinou os critérios a serem usados. Primeiramente foi desenvolvido um fluxograma, visualizado na FIGURA 8, para verificar a usabilidade dos alunos e com isso mostrar os caminhos do site, para que se fizessem os botões e o layout da página, bem como, decidir as mídias e o banco de dados a ser usado. Para armazenar os dados no banco de dados para a pesquisa foi utilizado a linguagem de servidor PHP. O site foi desenvolvido com os seguintes links: página inicial, área do aluno, dúvidas, fórum, política da empresa, redes sociais, página de cursos, notícias e outros links (ANEXO 1).

Para verificar a usabilidade do site [teclacursos.com.br](http://teclacursos.com.br), foram criadas etapas. Essas etapas foram: quando o aluno acessa o site pela primeira vez, tem a opção de realizar o curso, caso opte por não realizar, o usuário fecha a página e pode procurar outro site. Quando o usuário decide realizar os cursos, ele tem a opção de escolher entre diversas opções de cursos e é aberta uma página para a devida seleção, o aluno realiza o cadastro e os dados originários do seu cadastro farão parte do banco de dados. Após a escolha do curso, o aluno acessa os conteúdos e inicia seus estudos, quando terminar de realizar o curso, o aluno vai para a parte final do curso que consiste em realizar a prova e responder o questionário, caso o aluno não se sinta preparado para realizar as provas, o aluno pode fechar o curso, sair da página e fechar o site, mas, caso opte por responder o questionário, a página com as perguntas será aberta e o aluno responderá o questionário do curso, quando o aluno terminar as suas provas, a página será fechada e o banco de dados será alimentado. Podendo ser corrigidas as provas logo em seguida e com as provas corrigidas o resultado do aluno será aprovado ou reprovado. O aluno só receberá o

certificado se for aprovado, caso contrário, não receberá o certificado. O banco de dados será alimentado com os dados dos cursos e das avaliações aplicadas.

FIGURA 8 – FLUXOGRAMA DE USABILIDADE SITE TECLACURSOS



FONTE - o autor (2015).

Após as etapas descritas no fluxograma foi possível verificar como o aluno utilizaria o site e como seriam realizados os cursos. Foi escolhido um nome para o site, na qual foi definido como [teclacursos.com.br](http://teclacursos.com.br).

#### 4.3.2 Disponibilizar o site na internet

Foi preciso disponibilizar o site na internet para que os alunos acessassem os cursos ofertados e com isso pudessem realizá-los, bem como, logo depois, responderem a pesquisa. Para isso foi necessário contratar uma empresa de hospedagem de site, com suporte para dúvidas e sistema de envio e recebimento de e-mails. Foi comprado um domínio do site na internet e um provedor, para deixar visível para os usuários. Para a escolha do nome foram realizadas diversas pesquisas, para que fosse escolhido um endereço para o site e que despertasse um interesse maior pelos visitantes e também fosse condizente com os cursos. O provedor de hospedagem que foi contratado foi [hoteldaweb.com](http://hoteldaweb.com) e o domínio foi registrado na empresa [registro.br](http://registro.br). A página do site é [www.teclacursos.com.br](http://www.teclacursos.com.br). Para aplicação das avaliações foi utilizado o método [survio](http://survio.com.br), disponível em [www.survio.com.br](http://www.survio.com.br) e foi possível realizar a visualização dos números em gráficos.

#### 4.3.3 Etapa 3: Divulgar o site

Para realizar a divulgação do site para que os alunos conhecessem o ambiente, foi realizada a contratação dos serviços da empresa Google. Também foram utilizadas as redes sociais, Facebook, Youtube, Twitter, LinkedIn, Flickr, Whatsapp, e-mails e outros meios de divulgação, para expandir o número de acessos. Também foram utilizadas divulgações por meio de uma lista de e-mails proveniente de um banco de dados, originário de alunos e ex-alunos do avaliador e outras listas disponíveis na internet.

#### 4.3.4 Etapa 4: Desenvolver os cursos e avaliações

Para a realização e elaboração dos conteúdos dos cursos foram utilizados softwares específicos para gravação e editoração de áudio e vídeo para a produção de vídeo-aula. Também foram utilizados softwares para editoração dos textos para produzir a apostila em modelo PDF. Foram criados cursos de Folha de Pagamento, Marketing Pessoal, Plano de negócios e Vendas. Para a aplicação dos cursos na modalidade a distância, foram criadas apostilas que ficaram disponíveis



virtualmente, para serem impressos e consultados posteriormente. Na educação presencial foram criadas apostilas para cada curso: folha de pagamento, marketing pessoal, plano de negócios e vendas. As avaliações foram elaboradas para serem aplicadas em cada modalidade de curso. Foram realizadas buscas na internet para serem inseridas algumas questões de concursos.

#### 4.3.5 Etapa 5: Aplicar os cursos e avaliações

Os cursos realizados nos modelos de educação a distância foram implantados todos no ambiente virtual e aplicadas avaliações no ambiente online. Os cursos presenciais foram aplicados pelo próprio avaliador na cidade de Curitiba, com um total de 320 alunos e depois aplicadas avaliações e corrigidas. Após a realização dos cursos foram aplicadas avaliações para verificar a eficiência de cada modalidade do curso ofertado na pesquisa, por meio de blog, chat, vídeo aula, vídeo aula, comparar com o ensino presencial e avaliar qual o método foi mais eficiente. Os resultados das avaliações aplicadas na modalidade a distância e no modelo presencial foram lançados no ambiente online para comporem o banco de dados, para que ficassem armazenados e pudessem ser tabulados para a comparação entre os cursos aplicados na educação a distância e na educação presencial. Para isso foi utilizado o site [www.survio.com.br](http://www.survio.com.br), que coleta os dados dos cursos realizados e gera gráficos para uma melhor visualização dos resultados.

#### 4.3.6 Etapa 6: Aplicar avaliação de reação

Foi aplicada uma avaliação de reação para medir a experiência da utilização de cursos aplicados a distância via web. Medir o grau de satisfação das pessoas que realizaram cursos a distância via web, nas diferentes formas de oferta dos cursos. Os questionários foram aplicados para os alunos que realizaram os cursos via blog, chat e vídeo aula. A medição desse item diz respeito ao grau de aceitabilidade com relação ao que os alunos têm a comentar ou como eles avaliaram os cursos realizados a distância na modalidade via web. Foi utilizado o método disponível no site [www.survio.com.br](http://www.survio.com.br) e com isso foi possível verificar a eficiência dos cursos aplicados através de blog, chat e vídeo aula. Entre as perguntas aplicadas,

destacam-se motivo da realização dos cursos via EAD, benefícios com a utilização da internet e os benefícios e contribuição para a vida profissional após os cursos realizados pela internet.

#### 4.3.7 Etapa 7: Tabular e consolidar os dados.

Ao coletar as respostas e corrigir as provas dos alunos, os dados foram tabulados no Excel, onde foram gerados gráficos e identificou-se o número de alunos aprovados e reprovados. Também foi possível identificar os alunos quanto ao gênero, região, idade. Com a aplicação do questionário de avaliação de reação os dados foram tabulados e foram expostos no trabalho para melhor compreensão dos dados. Os dados foram transportados para o Excel e gerados gráficos.

#### 4.4 METODOLOGIA SPIDER UTILIZADA NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DOS CURSOS EAD

O método que foi utilizado para a construção dos cursos, que serviu como base foi a metodologia Spider e foi aplicado na produção dos cursos, seguindo as cinco fases: planejamento, produção, implantação, operação e avaliação. O planejamento dos cursos foi feito através de pesquisas para identificar as tecnologias que seriam utilizadas. Assim, como sua utilização e a plataforma que foi utilizada. A produção foi desenvolvida a partir das expectativas e das necessidades do mundo do trabalho e o que os alunos necessitam para aumentar a sua carreira profissional. A implantação consistiu na divulgação do site e dos cursos, bem como buscar novos alunos. A operação foi usada na execução dos cursos, e suas funcionalidades. E por fim, a avaliação foi utilizada para gerar o banco de dados e com isso poder tabular os dados e verificar os resultados.

## 5 ESTUDO DE CASO

### 5.1 APLICAÇÃO DOS CURSOS E AVALIAÇÕES VIA WEB

Foi realizado a pesquisa com um total de 1477 alunos que realizaram os cursos online de diferentes estados e regiões, nos períodos de maio/15 a dezembro/15. Foram desenvolvidos cursos em PDF, gravados em vídeos para serem ofertados nas tecnologias blog, chat e vídeo aula. Os cursos foram formatados para que os alunos tivessem facilidade de leitura e interpretação dos conteúdos.

Os cursos foram ofertados por meio de vídeo aula, chat e blog, que ficaram disponíveis para acesso gratuito aos alunos, que após realizarem a inscrição, contendo os dados pessoais e uma senha, podem acessar o ambiente virtual e realizar os cursos. No site desenvolvido foi disponibilizado um link para tirar dúvidas e um local para sugestões e críticas.

Os cursos que foram ofertados para que a pesquisa tivesse êxito e ajudassem a compor o banco de dados de onde seriam extraídos os valores e os itens para que se fizesse a tabulação e o fechamento do projeto foi composto de: folha de pagamento, marketing pessoal, plano de negócios e vendas.

Após a realização dos cursos foram aplicadas provas de múltipla escolha para verificar a eficiência de cada modalidade de curso ofertado na pesquisa, blog, chat, vídeo aula e assim avaliar qual o método mais eficiente. Para isso foi utilizado o site [www.survio.com.br](http://www.survio.com.br), que coleta os dados dos cursos realizados e gera gráficos para uma melhor visualização dos resultados.

Ao responder as perguntas os dados do aluno eram gravados e coletados, ficando disponíveis para o pesquisador. Como as respostas dos alunos era possível que o administrador do site tivesse acesso as suas respostas, efetuando as correções das provas. Ao corrigir as avaliações dos alunos era possível saber se o aluno foi aprovado ou reprovado. Caso ele fosse aprovado receberia o certificado e caso contrário não teria direito ao certificado.

## 5.2 APLICAÇÃO DE CURSOS E AVALIAÇÕES PRESENCIAIS

Foram aplicados cursos e avaliações presenciais, para verificar qual seria o grau de acertabilidade das respostas os resultados nos cursos aplicados. Nos cursos ofertados no modelo presencial foram utilizados os mesmos conteúdos e as mesmas avaliações aplicados nos cursos ofertados a distância e com isso fazer a comparação das modalidades de uma forma mais precisa, pois, não haveriam distinção de modalidade ou algum questionamento sobre ter havido favorecimento de modalidades de cursos ofertados e na coleta das respostas.

Com os dados obtidos, chegaram-se aos resultados por categoria de faixa etária, gênero e idade dos mesmos. Foram aplicados para um total de 80 alunos para cada curso, que realizaram os três cursos presenciais. Os cursos foram realizados com alunos e ex-alunos que fizeram cursos com o autor e aceitaram fazer os cursos, assim como os mesmos sabiam da importância da pesquisa e da dedicação e empenho em realizar os cursos. Os alunos eram de acordo com a sua avaliação aprovados e reprovados.

## 5.3 APLICAÇÃO DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO

Foi aplicado questionário de avaliação para que fosse verificado como as pessoas reagem à utilização de tecnologias na oferta de cursos a distância. Com um total de 8 perguntas, que procurou identificar como foi a reação dos alunos que realizaram os cursos a distância. Esses questionários faziam parte do curso aplicado. As perguntas foram disponibilizadas no ambiente virtual, através da plataforma [www.survio.com.br](http://www.survio.com.br). Tão logo os alunos respondessem o questionário, o mesmo alimentaria o banco de dados e com isso poderia ser realizado a comparação dos dados obtidos.

Os questionários buscavam mostrar a reação dos alunos com relação a verificar como foi o início do ambiente virtual, qual a maior dificuldade encontrada, quais as dificuldades e qual a experiência na utilização.

## 6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com a aplicação dos cursos e a aplicação das avaliações, devidamente preenchidas e corrigidas, chegou-se à coleta das respostas e aos números que ajudaram a compor o banco de dados. Os dados serviram para mostrar as diferentes concentrações das localidades dos respondentes, assim como a faixa etária dos alunos e o gênero.

### 6.1 TOTAL DE RESPOSTAS POR ESTADO DOS ALUNOS EAD

A pesquisa buscou identificar onde se encontravam a localização dos respondentes e a região do país onde moram. Através da coleta das respostas, pode-se alimentar o banco de dados e determinar o estado de origem. Houve participação dos alunos de vários estados do país, compondo um total de 12 estados com 1477 alunos concluintes. Como mostra a TABELA 4.

TABELA 4 - NÚMERO DE ALUNOS POR ESTADO PARA TODOS OS CURSOS DO PROJETO

Estados	Alunos concluintes	Percentual de aprovação
Amapá	7	0,47%
Ceará	7	0,47%
Distrito Federal	14	0,95%
Espírito Santo	7	0,47%
Goiás	49	3,32%
Mato Grosso do Sul	7	0,47%
Minas Gerais	70	4,74%
Paraná	1176	79,62%
Rio de Janeiro	7	0,47%
Rio Grande do Sul	14	0,95%
Santa Catarina	28	1,90%
São Paulo	84	5,69%
Sergipe	7	0,47%
Total	1477	

FONTE - o autor (2015).

A concentração das respostas, com maior número dos respondentes, ficou localizada no estado do Paraná e se deu muito provavelmente em função da moradia do pesquisador. Embora, sendo a pesquisa realizada a distância, a base de dados dos e-mails enviados se compõe de listas coletadas com alunos e ex-alunos que aceitaram participar da pesquisa, tendo suas moradias no estado do Paraná e também foram coletados e-mails da internet e divulgação por meio de redes sociais.

De acordo com uma pesquisa realizada com alunos de cursos a distância desenvolvida pela ABED, através do CENSO EAD 2014, esses dados mostram que com o total de instituições participante, totalizando 177 instituições, indicando maior concentração nas regiões sul e sudeste. No total de 111 instituições, na região sudeste, 66 instituições na região sul. Como cita Tessaro (2012), o número de alunos da educação a distância que se concentraram nas regiões sul e sudeste, foram por motivos de “acesso facilitado às tecnologias” e por terem uma “renda per capita” melhor. Divididas por regiões, os alunos que participaram da pesquisa geraram um banco de dados e foram divididos por regiões e houve maior concentração na região sul, como são melhores visualizados na FIGURA 9.

FIGURA 9 - RESULTADO POR REGIÃO DO PAÍS ONDE SE LOCALIZAM OS ALUNOS QUE REALIZARAM OS CURSOS



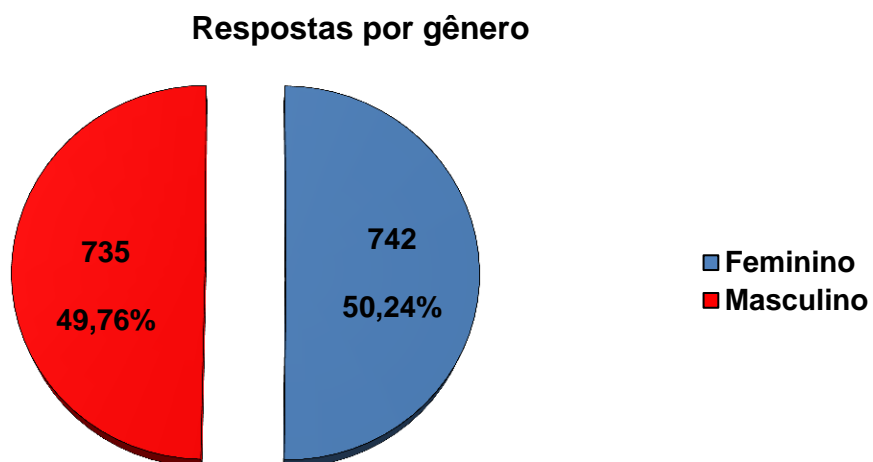
FONTE - o autor (2015).

A concentração maior de alunos se deu nas regiões sul, sudeste e centro-oeste, em função das regiões terem maior poder aquisitivo e o nível de escolaridade dos alunos com curso superior ser maior que em outras regiões, como está descrito no Mapa de Ensino Superior 2015, SEMESP. O número de matrículas nos cursos a distância aumentou com relação aos outros anos, em função de ter maior facilidade do que no modelo de educação presencial. De acordo com Neves (2006) citado por Bittencourt e Mercado (2014), “esse aumento ocorre devido a EAD ser mais flexível do que os modelos tradicionais de educação, possibilitando uma melhoria na qualidade do processo educativo”.

## 6.2 RESULTADOS POR GÊNERO DOS ALUNOS EAD

Nos números que foram obtidos quanto número de alunos com relação ao gênero, foi de 735 homens e 742 mulheres como são mostrados na FIGURA 10.

FIGURA 10: RESULTADOS POR GÊNERO DOS ALUNOS QUE REALIZARAM OS CURSOS



FONTE - o autor (2015)

O número de mulheres que antes não tinham tempo de estudar porque cuidavam de seus filhos e da casa aumentou. Hoje elas têm mais tempo de buscar qualificação e se aperfeiçoar, como cita Tessaro (2012) em sua pesquisa que o crescimento da modalidade se dá pelo fato de ser a distância, com o grande número de referências disponíveis na internet e também pelo motivo de que a grande maioria das mulheres não tenha tempo de estudar, por terem compromissos com

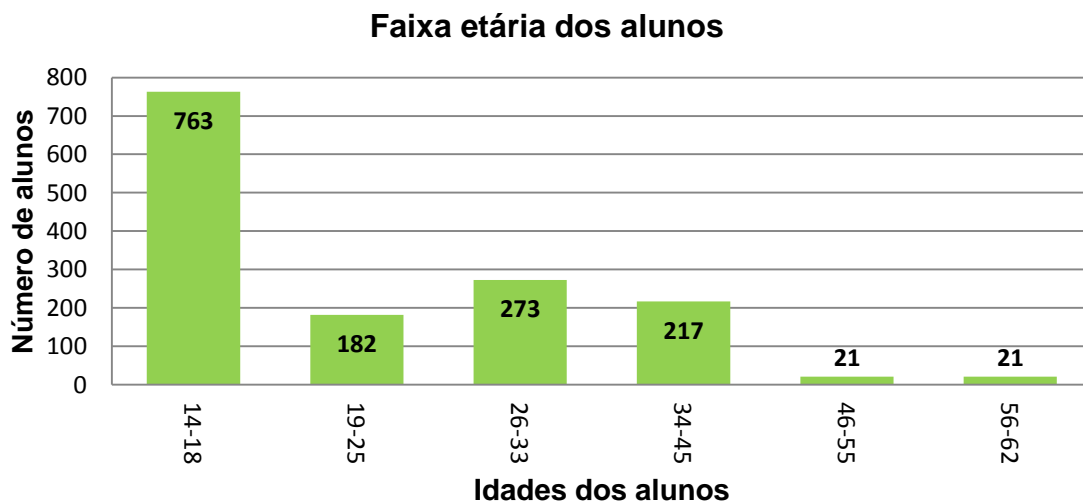
seus filhos e maridos. De acordo com o CENSO EAD.BR 2014 do total de alunos matriculados em cursos a distância, é maior o número de mulheres com relação ao número de homens matriculados em cursos a distância.

De acordo com Baylão & Schettino (2014), o aumento das mulheres no mercado de trabalho, o aumento das mulheres à frente das famílias, a independência das mulheres em relação aos homens e a diminuição da desigualdade salarial, fazem com que a mulher busque seu lugar no mercado de trabalho, com isso elas estão aumentando seu nível de instrução e qualificação profissional. Muitas mulheres que antes viviam para cuidar de suas casas e de seus filhos, hoje elas conseguem exercer o “papel de mãe e de trabalhadora”. De acordo com o CENSO de educação superior Inep (2014), “as mulheres são os estudantes mais frequentes, independente da modalidade de ensino”.

### 6.3 RESULTADOS POR FAIXA ETÁRIA DOS ALUNOS EAD

Com a pesquisa identificou-se que a faixa etária dos respondentes nos cursos livres ofertados é maior entre os jovens, como mostrado na FIGURA 11. A idade dos respondentes indica que a procura por uma qualificação profissional é muito importante. Como indica Tessaro (2012), os alunos na faixa dos 30 anos estão procurando uma qualificação profissional ou as oportunidades que ajudam a aumentar a empregabilidade, onde se tornam empregáveis no mercado que é muito competitivo e está em crise.

FIGURA 11 - RESULTADOS POR FAIXA ETÁRIA DOS ALUNOS QUE REALIZARAM OS CURSOS



FONTE - o autor (2015)



Com os resultados obtidos, pode-se observar que 82,46% dos alunos que responderam a pesquisa, têm entre 14 – 33 anos. De acordo Bittencourt e Mercado (2014), o número de alunos de educação a distância com idades abaixo dos 35 anos aumentou com relação aos anos anteriores.

Esses dados revelam que o percentual de jovens com idades entre 14 – 25 anos, são de 63,98%, ficando os alunos com idades entre 26 – 45 com um percentual de 33,18% e alunos com idades acima de 46 anos com o percentual de 2,84%, na qual indica que estão em busca de uma melhor qualificação profissional. De acordo com dados IBGE o número de desempregados é maior entre os jovens de 14 – 24 anos. De acordo com o jornal G1.Globo, o número de jovens que só estudavam teve um aumento comparando com o ano de 2012 com o último trimestre de 2014 e o número de jovens que não tinham ocupação teve um salto comparando o ano de 2015 com o ano de 2014.

De acordo com dados da ABED, através do CENSO EAD 2014, indica que o número de jovens aumentou na busca pela educação a distância, para a qualificação, que ajuda na busca por melhores empregos. Segundo o Ipea, os números indicam que as chances de um jovem ficar empregado em 2012, era a mesma que em 2015, o que não garante que o jovem garanta o seu emprego para o próximo ano.

Os dados que ajudam a comprovar o grande crescimento da procura pelas pessoas mais jovens são representados na pesquisa realizada pela ABED, através do CENSO EAD 2014. Isso indica uma forte tendência para o crescimento da educação a distância entre os jovens. De acordo com Souza (2009), os jovens com idades abaixo de 24 anos assumem responsabilidades para prover o sustento de sua família e que saem das escolas por falta de tempo de frequentar uma sala de aula, em função do emprego. Isso implica que o grande número de desempregados é maior nos jovens por não terem uma qualificação profissional. Com isso faz com que a busca por cursos na modalidade a distância aumente cada vez mais, em função do desemprego em alta e os jovens assumindo responsabilidades mais cedo.

De acordo com Lara (2011), “na modalidade de educação de jovens e adultos e educação profissional, as ações da educação especial possibilitam a ampliação de oportunidades de escolarização, formação para ingresso no mundo do trabalho e efetiva participação social”. Isso indica que muitos jovens e adultos estão em busca de uma melhor qualificação profissional.

## 6.4 QUANTIDADE DE ACESSOS VIA BLOG

A quantidade de acessos aos cursos via blog totalizou 926 visitas, mas o total de alunos que concluíram os cursos foi de 581, divididos nos cursos folha de pagamento, marketing pessoal, plano de negócios e vendas. O número de acessos e os cursos não concluídos que são bem diferentes podem ser em função dos acessos terem sido por curiosidade ou simplesmente pessoas que acessaram para ver como funcionava ou ficaram sem tempo para concluir os cursos. Como mostrado na TABELA 5.

TABELA 5 - QUANTIDADE DE ACESSOS DOS USUÁRIOS VIA BLOG

<b>Cursos</b>	<b>Total de acessos</b>	<b>Cursos concluídos</b>
<b>Folha de pagamento</b>	198	84
<b>Marketing pessoal</b>	276	189
<b>Plano de negócios</b>	134	91
<b>Vendas</b>	318	217
<b>Total</b>	<b>926</b>	<b>581</b>

FONTE - o autor (2015)

O uso do blog pelos professores para ser disponibilizado os conteúdos para os alunos tem suas vantagens:

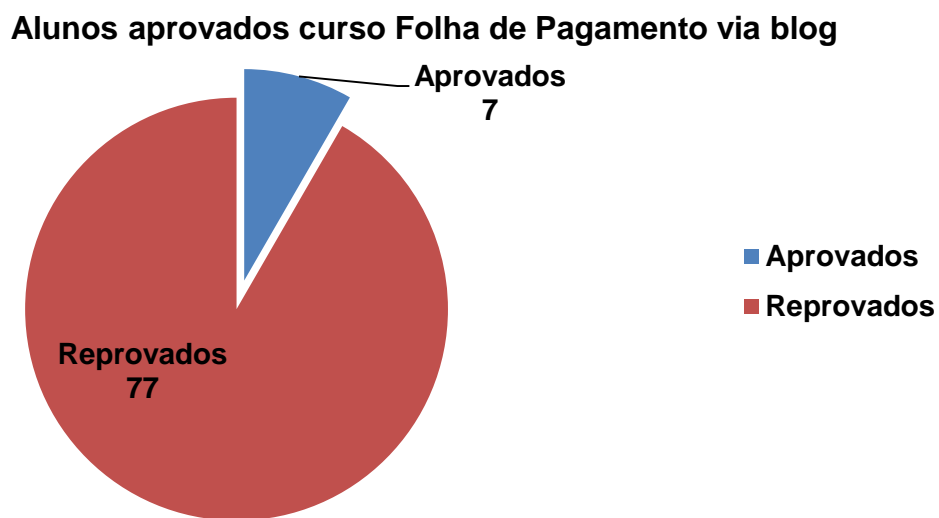
Aproxima alunos e professores; permite uma maior reflexão sobre o conteúdo e acerca de suas próprias colocações; é um exercício de alfabetização digital tanto para o próprio professor quanto para o aluno; amplia o horário da aula; permite o acompanhamento das atividades dos alunos por pais e a troca de experiências com colegas de profissão, Cotes (2007) e Von Staa (2005) citado por Pontes<sup>1</sup> e Filho<sup>1</sup> (2011).

Dias (2013) relata que os alunos apresentam alguma dificuldade no uso dos blogs, porém, eles se mostram interessados em aprender e em sua pesquisa foi criado um tutorial para ajudar os alunos no acesso aos conteúdos dos blogs e nas postagens. Na pesquisa realizada pelo mesmo autor, os acessos aos blogs foram superiores aos cursos concluídos, pois, muitos visitantes apenas acessam o conteúdo para saber como funciona e como não tem familiaridade com o uso de blogs, desistem e não continuam a explorar os conteúdos.

## 6.5 ALUNOS APROVADOS FOLHA DE PAGAMENTO VIA BLOG

Com a aplicação das avaliações para medir a eficiência das tecnologias aplicadas nos cursos, por meio de blogs, obteve-se os resultados que são mostrados na FIGURA 12, no qual se observa o número alto de reprovados e poucos alunos aprovados.

FIGURA 12 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO FOLHA DE PAGAMENTO VIA BLOG



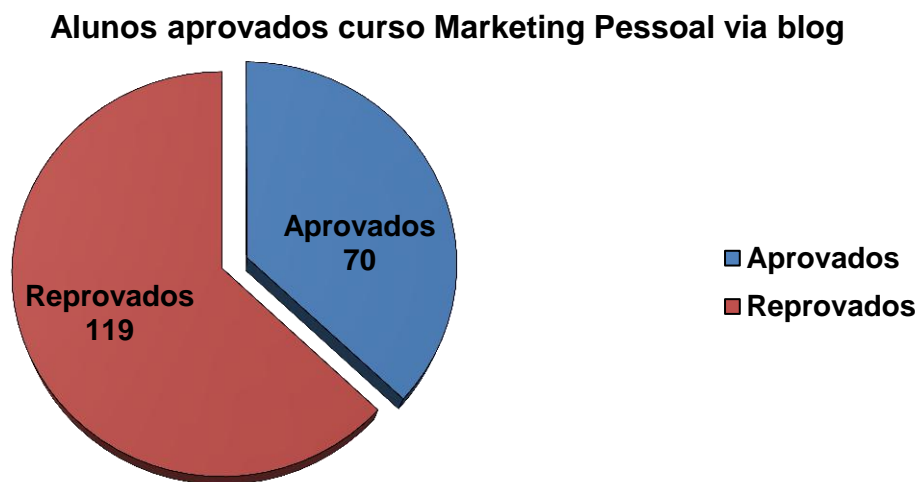
FONTE - o autor (2916)

Os dados podem ser verificados que se obteve um total de 84 concluintes com a total de reprovados de 91,67% e o total de aprovados é de 8,33%, e com o resultado dos dados coletados pela aplicação dos cursos via blog, verificasse que o uso do blog para o curso folha de pagamento, não é uma boa opção para ser usado. O curso de folha de pagamento envolve muitos cálculos e por isso pode ter ocorrido essa diferença nos números. Indica que pode ser que o aluno não possua muito conhecimento no uso de blog ou não teve tempo de ler os conteúdos e responder as perguntas assertivamente. De acordo com Araújo (2009) os alunos precisam de uma orientação ou de um direcionamento para que possam utilizar de forma eficaz o blog na educação.

## 6.6 ALUNOS APROVADOS MARKETING PESSOAL VIA BLOG

Com a coleta dos resultados na aplicação do curso marketing pessoal e dos resultados da avaliação aplicada, houve pequena diferença do número de aprovados quanto ao número de reprovados. Isso indica que blog para ser usado na aplicação dos cursos de marketing pessoal precisa ser melhorado. Como mostra na FIGURA 13.

FIGURA 13 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO MARKETING PESSOAL VIA BLOG



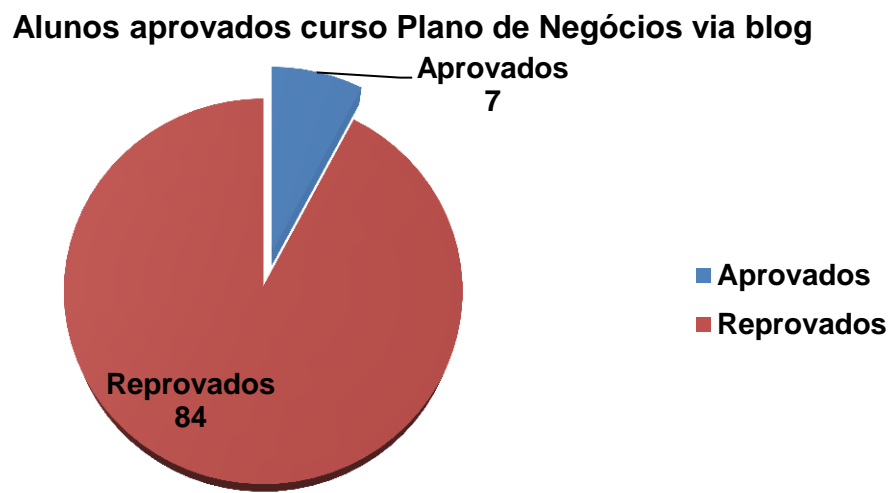
FONTE - o autor (2015)

Essa proximidade entre a relação do número de aprovados com o de reprovados pode ter sido em função de que alguns alunos tiveram mais tempo para usar o blog e também já tinham um pouco mais de experiência para o uso do mesmo, pois, o percentual de reprovados foi de 62,96% e 37,04% para o número de aprovados. As pessoas tem mais familiaridade com o conteúdo do curso e por isso respondem melhor aos questionamentos. Com o resultado da pesquisa do curso de marketing pessoal, no total de respondentes, percebe-se que o curso para ser ofertada precisa da melhora de conteúdo ou de fazer um tutorial para uso do mesmo. Com a facilidade em que muitos usuários utilizam os blogs, esses diários eletrônicos tem grande potencialidade para a utilização em cursos de marketing pessoal, Araújo (2009).

## 6.7 ALUNOS APROVADOS PLANO DE NEGÓCIOS VIA BLOG

Com a aplicação do curso de plano de negócios por meio de blog, os resultados não foram satisfatórios, houve um número muito grande de reprovados, como mostrado na FIGURA 14.

FIGURA 14 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO PLANO DE NEGÓCIOS VIA BLOG



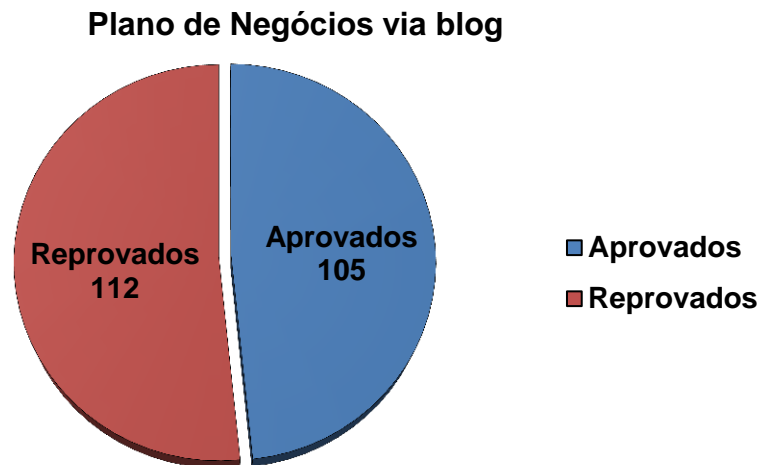
FONTE - o autor (2015)

No resultado obtido na aplicação do curso, observa-se que o número de aprovados foi inferior ao de reprovados. Pode ter ocorrido essa distorção nos resultados em função do conteúdo que foi passado nas aulas e a dificuldade na aplicação do que foi absorvido. Isso talvez se deva ao motivo do curso plano de negócios não ter muito sucesso para ser aplicado online via blog e o curso pode não ter sido muito bem aceito pelos alunos, Araújo (2009). A leitura dos blogs para alguns usuários pode ter se mostrado sem sucesso na efetividade da aplicação em função de ser preciso colocar em prática o que foi estudado e ser necessário construir um modelo de plano de negócios.

## 6.8 ALUNOS APROVADOS VENDAS VIA BLOG

O curso de vendas aplicado por meio da tecnologia blog obteve um número de aprovados parecido com o número de reprovados, então, indica que a aplicação dos cursos é possível, como se pode observar na FIGURA 15.

FIGURA 15 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO VENDAS VIA BLOG



FONTE - o autor (2015)

Com o resultado apresentado, ficou evidenciado que a porcentagem do número de aprovados foi similar ao de reprovados, ficando com 51,61% no número de reprovados contra 48,39% do número de aprovados. O curso foi bem aceito e os alunos demonstraram mais interesse. O curso pode ter sido mais bem assimilado em função da tecnologia aplicada e do nome do curso em si, na qual todos conhecem um pouco de vendas e com o conhecimento do que é a função pode ter ficado mais fácil a compreensão e de responder a avaliação. O curso pode ser ofertado a distância via blog, mas, precisa de melhorias nos conteúdos e na forma de ofertar o curso.

A potencialidade no uso de blog apresenta uma boa usabilidade por parte dos alunos, visto que muitos podem interagir mais com os colegas postando comentários e recebendo feedbacks, Araújo (2009).

## 6.9 QUANTIDADE DE ACESSOS VIA CHAT

O número de acessos ao chat totalizaram 580 usuários divididos nos três cursos. O que representa 67,54% entre o número de acesso e o número de visitas para folha de pagamento, 47,73% para o curso de marketing pessoal, 76,36% para o curso plano de negócios e 39,58% para o curso de vendas. Como mostrado na TABELA 6.

TABELA 6 - QUANTIDADE DE ACESSOS VIA CHAT

<b>Cursos</b>	<b>Total de acessos</b>	<b>Cursos concluídos</b>
<b>Folha de pagamento</b>	114	77
<b>Marketing pessoal</b>	220	105
<b>Plano de negócios</b>	110	84
<b>Vendas</b>	336	133
<b>Total</b>	<b>580</b>	<b>399</b>

FONTE - o autor (2015)

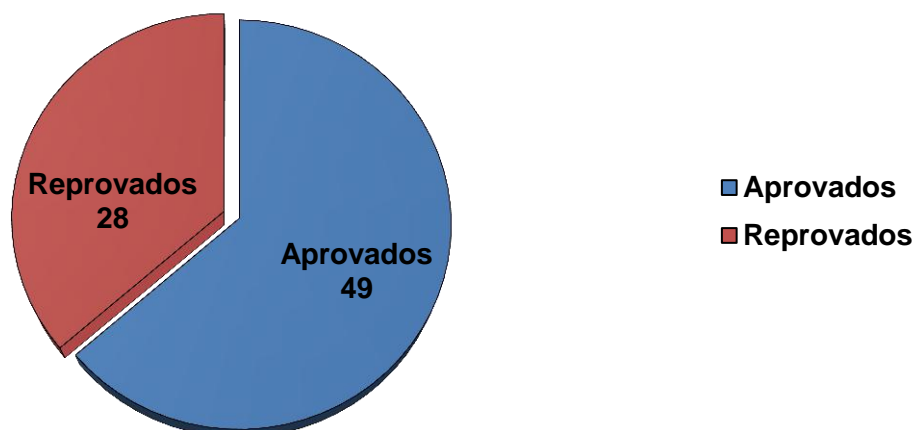
Dornelles (2001) informa que o uso de chat na educação pode encontrar dificuldades na utilização por meio de linhas telefônicas congestionadas ou nas redes com problemas de conexão, por esse motivo pode ter ocorrido do número de acessos serem superior ao número de cursos concluídos.

#### 6.10 ALUNOS APROVADOS FOLHA DE PAGAMENTO VIA CHAT

Os resultados coletados no curso de folha de pagamento ofertado via chat indica que o curso teve melhor resposta por parte dos alunos, pois, o número de aprovados foi maior que o de reprovados. Como mostra na FIGURA 16.

FIGURA 16 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO FOLHA DE PAGAMENTO VIA CHAT

#### Alunos aprovados curso Folha de Pagamento via chat



FONTE - o autor (2015)

O número de aprovados foi superior ao número de reprovados, obtendo 63,64% no número de aprovações contra 36,36% do número de reprovações. Isso

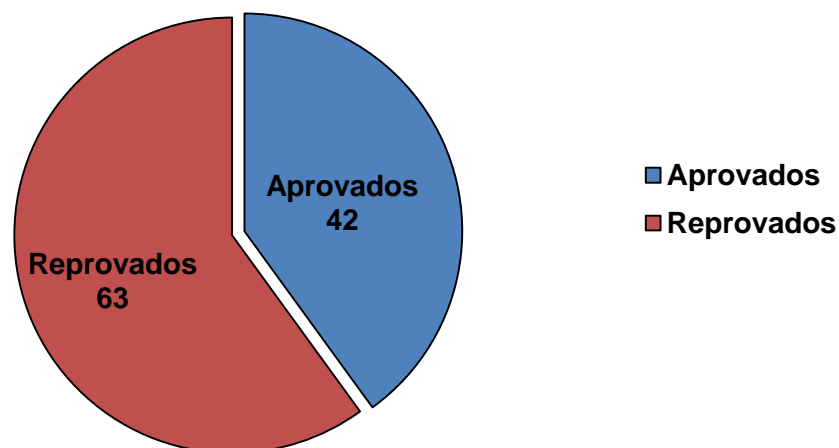
mostra que pode ter ocorrido facilidade no acesso aos chats e sem congestionamento nas linhas telefônicas ou redes, Dornelles (2001) explica alguns problemas que podem ocorrer na transmissão via chat.

#### 6.11 ALUNOS APROVADOS MARKETING PESSOAL VIA CHAT

O uso do chat na educação a distância tem aumentado com grande frequência, e os benefícios que são proporcionados pelo chat são entre outras que o aluno se motiva mais a participar e interagir com os colegas em tempo real, perde a timidez e se sente mais motivados a expor suas opiniões e também recebe sugestões e críticas online e ao vivo. Uma das vantagens do uso do chat é segundo Cruz (2003) que o aluno pode tirar suas dúvidas online e a interface proporciona uma aprendizagem colaborativa, o aluno pode fazer perguntas ao mesmo tempo para o professor. Como se observa na FIGURA 17, os resultados da aplicação do curso marketing pessoal na modalidade chat, obtiveram o total de reprovados maior que o de aprovados.

FIGURA 17 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO MARKETING PESSOAL VIA CHAT

#### Alunos aprovados curso Marketing Pessoal via chat



FONTE - autor (2015)

A proximidade que a tecnologia apresenta na aproximação pelos recursos tecnológicos que é o chat pode ter acontecido uma melhor aceitação e interpretação do conteúdo e também com a interação em modo real com outros participantes.

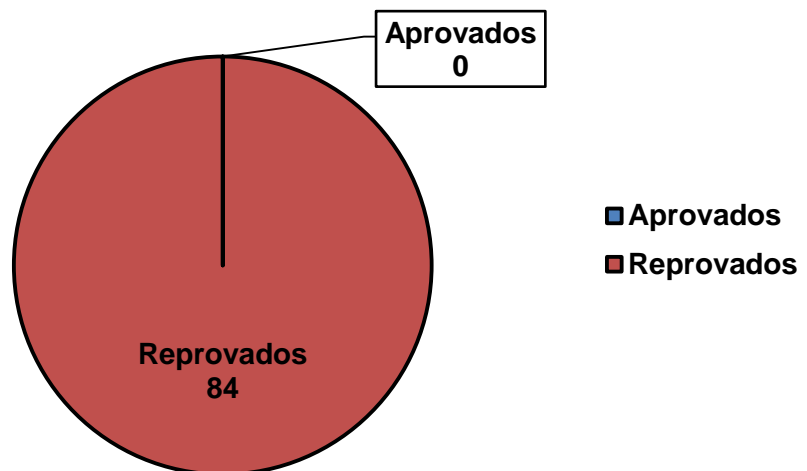


## 6.12 ALUNOS APROVADOS PLANO DE NEGÓCIOS VIA CHAT

Nos resultados obtidos com a aplicação do curso de plano de negócios via chat, que são mostrados na FIGURA 18, não teve um bom desempenho, pois, não houve nenhum aprovado.

FIGURA 18 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO PLANO DE NEGÓCIOS VIA CHAT

### Alunos aprovados curso Plano de Negócios via chat



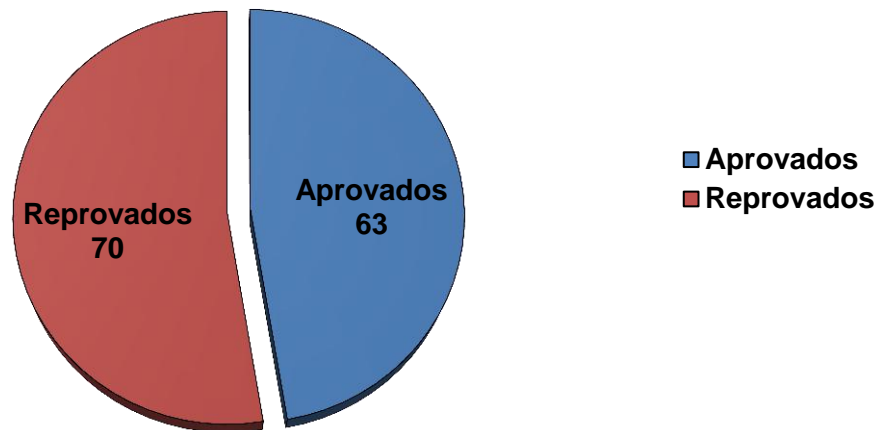
FONTE - o autor (2015)

No curso plano de negócios via chat talvez não tenha sido bem aceito em função do conteúdo estudado, precisa ser melhorado ou a aplicação do que é aprendido com o uso chat não é bem aplicado por ter ocorrido desvios na hora da execução do conteúdo ou a dificuldade em obter auxílio dos colegas ou por ter ficado com receio de perguntar, visto que a informação é muito rápida em um chat, onde são postados conteúdos ou perguntas ao mesmo tempo e o tempo de resposta é lento, pois, no mesmo momento que está lendo o que foi postado, outro usuário já postou novos conteúdos e até ler o conteúdo anterior o mesmo já ficou para traz.

## 6.13 ALUNOS APROVADOS VENDAS VIA CHAT

Com os resultados obtidos nos dados coletados pela aplicação do curso de vendas via chat, mostra que o uso de chat para o curso vendas é possível, pois, o número de aprovados e o de reprovados ficou muito próximo, como mostra a FIGURA 19.

FIGURA 19 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO VENDAS VIA CHAT

**Alunos aprovados curso de Vendas via chat**

FONTE - o autor (2015)

O curso de vendas via chat obteve uma melhor aceitação em função do usuário ter mais familiaridade com o exposto e com os conteúdos, e o aluno não enfrentou dificuldades para acessar o chat e não enfrentou congestionamentos, ficando com 52,63% reprovados e 47,37% de aprovados. Como os resultados ficaram muito próximos, mostra que o curso de vendas via chat pode ser usado.

#### 6.14 QUANTIDADE DE ACESSOS VIA VÍDEO AULA

A quantidade de acessos aos cursos folha de pagamento, marketing pessoal, plano de negócios e vendas, através de vídeo aula totalizaram 945 acessos e 567 alunos concluintes. Como mostra na TABELA 7.

TABELA 7 - QUANTIDADE DE ACESSO VIA VÍDEO AULA.

<b>Cursos</b>	<b>Total de acessos</b>	<b>Cursos concluídos</b>
<b>Folha de pagamento</b>	176	70
<b>Marketing pessoal</b>	346	210
<b>Plano de negócios</b>	154	77
<b>Vendas</b>	269	140
<b>Total</b>	<b>945</b>	<b>567</b>

FONTE - o autor (2015)

O uso de vídeo aula na educação proporciona ao usuário uma melhor compreensão dos conteúdos, visto que eles podem ficar por um período de tempo para posteriores consultas e a facilidade de acesso em qualquer local.

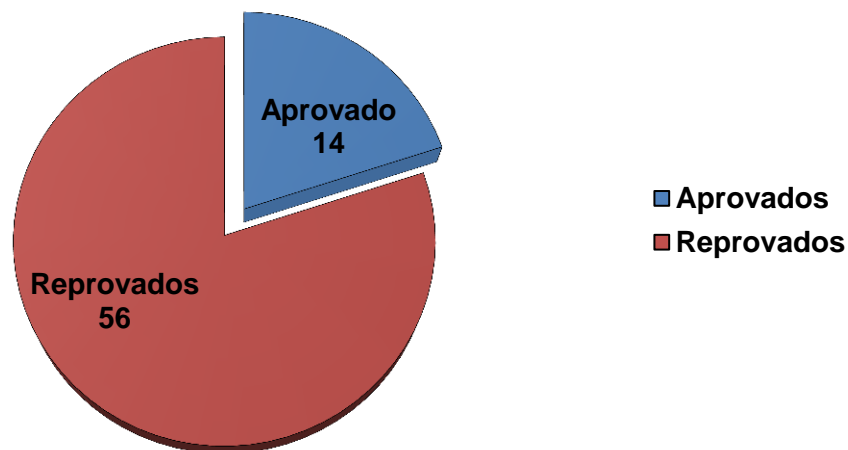
Dentre as vantagens destacadas por Lima (2005) citado por Oliveira (2013), o uso do vídeo aula para auxiliar o aluno na aprendizagem é uma “nova forma de compreender, desenvolver e construir o conhecimento”. Ainda segundo o autor vídeo aulas incentivam o “compartilhamento de experiências”, ajuda a “desenvolver competências individuais” e ajuda a “possibilitar o trabalho em grupo”.

#### 6.15 ALUNOS APROVADOS FOLHA DE PAGAMENTO VIA VÍDEO AULA

Os alunos aprovados via vídeo aula do curso folha de pagamento, não tiveram um bom resultado, pois, houve mais reprovados do que aprovados como mostra na FIGURA 20.

FIGURA 20 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO FOLHA DE PAGAMENTO VIA VÍDEO AULA.

#### Alunos aprovados curso folha de pagamento via vídeo aula



FONTE - o autor (2015)

Como se observa nos resultados houve um número de reprovados com um total de 56 alunos, enquanto que o número de aprovados ficou um total de 14 alunos. Isso mostrou que o curso folha de pagamento necessita de melhoramentos para ser aplicado, seja no conteúdo ou na forma de transmissão.

### 6.16 ALUNOS APROVADOS MARKETING PESSOAL VIA VÍDEO AULA

Na FIGURA 21, a aplicação de vídeo aula ao curso de marketing pessoal foi mais eficiente, obtendo um número maior de aprovados com relação ao número de reprovados. Isso mostra que o curso de marketing pessoal é eficiente.

FIGURA 21 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO MARKETING PESSOAL VIA VÍDEO AULA.



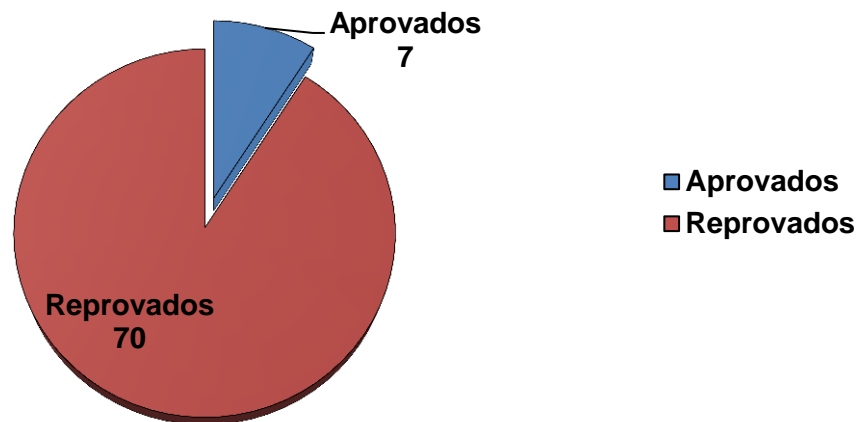
FONTE - o autor (2015)

O curso de marketing pessoal foi mais bem assimilado em função da facilidade de utilização do recurso de vídeo aula e do conteúdo que foi ofertado, ficando com 90% de alunos aprovados e 10% de alunos reprovados. Isso indica que o curso de marketing pessoal é mais bem aceito pelos alunos e pode ser ofertado nessa modalidade de ensino. O curso de marketing pessoal é mais bem aceito em vídeo aula em função do conteúdo que é de fácil assimilação e nas avaliações, as perguntas são mais diretas e de fácil entendimento. No curso de marketing pessoal transmitido por meio de vídeo aula é possível visualizar o que foi transmitido, como se estivesse em uma sala de aula e o conteúdo nessa forma de transmissão pode ser mais bem visualizado.

### 6.17 ALUNOS APROVADOS PLANO DE NEGÓCIOS VIA VÍDEO AULA

Com os dados coletados, obteve-se o número de reprovados superior ao de aprovados que são mostrados na FIGURA 22.

FIGURA 22 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO PLANO DE NEGÓCIOS VIA VÍDEO AULA.

**Alunos aprovados plano de negócios via vídeo aula**

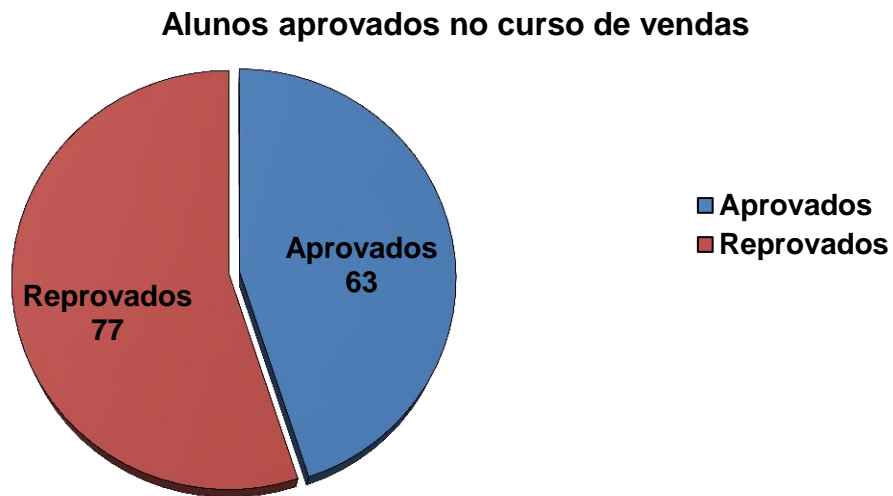
FONTE - o autor (2015)

O curso plano de negócios não é uma boa opção para ser ofertado na modalidade a distância por meio de vídeo aula, ficando com 90,91% do número de reprovados e 9,09% apenas de aprovados. Os conteúdos e a forma de concepção das aulas necessitam de uma melhor adequação, Spanhol, Kelli e Spanhol, José (2009).

**6.18 ALUNOS APROVADOS VENDAS VIA VÍDEO AULA**

Com os resultados obtidos por meio da aplicação do curso de vendas via vídeo aula, mostra que o uso do recurso tecnológico para o curso vendas é possível, pois, o número de aprovados e o de reprovados foi tecnicamente igual, igual ao mostrado na FIGURA 23. O resultado identifica que o curso de vendas pode ser ofertado via vídeo aula.

FIGURA 23 - NÚMERO DE APROVADOS NO CURSO VENDAS VIA VÍDEO AULA



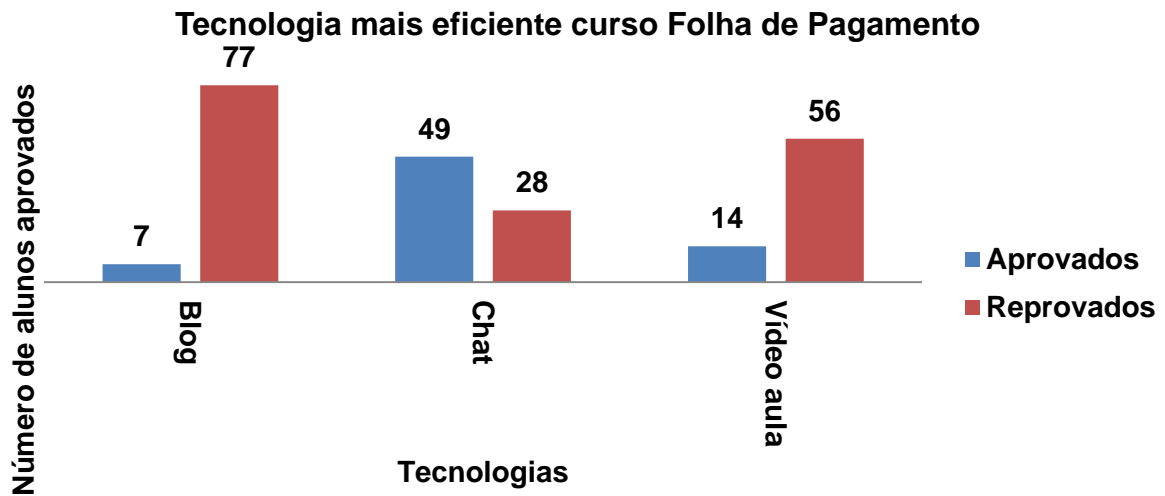
FONTE - o autor (2015)

Com os resultados mostrados se pode observar que o número de reprovados teve uma pequena diferença do número de aprovados, obtendo 45% de aprovados para 55% de reprovados. Indica que o curso de vendas pode ser aplicado na educação a distância via vídeo aula. O curso de vendas ofertado por meio de vídeo aula foram mais bem assimilados pela forma como o curso foi aplicado e aula em vídeo é possível aprender igual a uma aula presencial, pois, o aluno tem a imagem do professor como se estivesse no mesmo ambiente.

#### 6.19 TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE FOLHA DE PAGAMENTO

Com a tabulação dos resultados, identifica-se qual das três tecnologias utilizadas para oferta do curso de folha de pagamento a distância via web é mais eficiente. Confrontando o número de alunos aprovados e o de reprovados. Identifica-se que o curso ofertado por meio de chat é mais eficiente. Com a aplicação das provas aos alunos para verificar o conteúdo absorvido e testar os conhecimentos adquiridos através dos conteúdos ofertados, identifica-se que houve várias reprovações em outras tecnologias. Na FIGURA 24 os dados podem ser mais bem visualizados dos alunos aprovados e reprovados e verificar a tecnologia mais eficiente.

FIGURA 24 - TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE DO CURSO FOLHA DE PAGAMENTO.



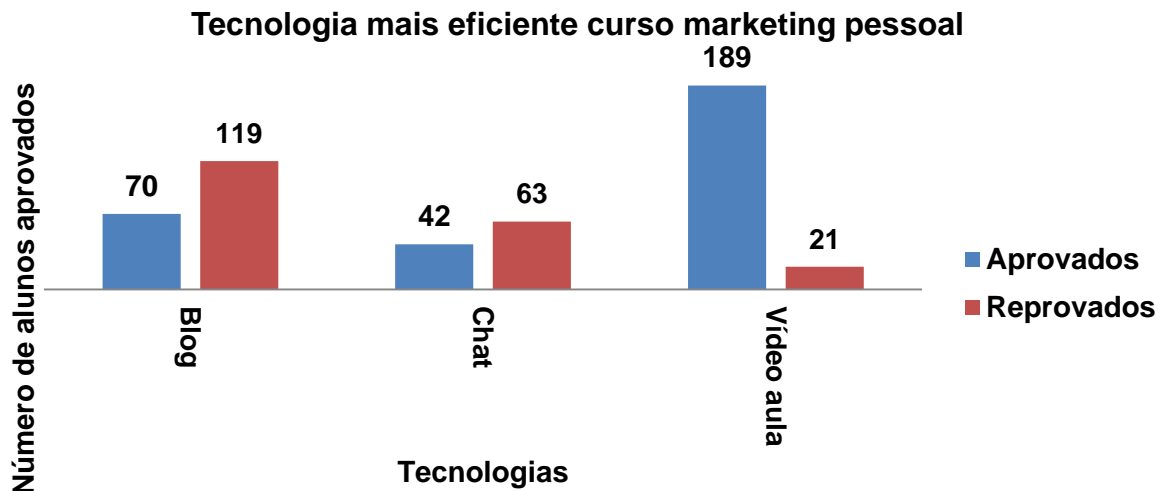
FONTE - o autor (2015).

Dentre as tecnologias utilizadas nesta pesquisa, a tecnologia que teve maior número de aprovados foi o chat com 63,64%, enquanto que o número de reprovados ficou com 36,36% do total alunos que foi de 77, enquanto que a tecnologia blog ficou com 8,33% de aprovados e o de reprovados com 91,67%, com um total de 84 alunos e a tecnologia vídeo aula ficou com 20% de aprovados e 80% de reprovados, num total de 70 alunos que realizaram o curso. Indica que o curso de folha de pagamento precisa de melhorias para ser aplicado via blog e via vídeo aula.

## 6.20 TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE MARKETING PESSOAL

Identifica-se que das três tecnologias utilizadas para ofertar o curso de marketing pessoal, a vídeo aula foi a mais eficiente. As duas outras tecnologias, blog e chat, tiveram notas e resultados médios, precisando de poucos acertos para serem ofertados, como mostra na FIGURA 25.

FIGURA 25 - TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE DO CURSO MARKETING PESSOAL.



FONTE - o autor (2015).

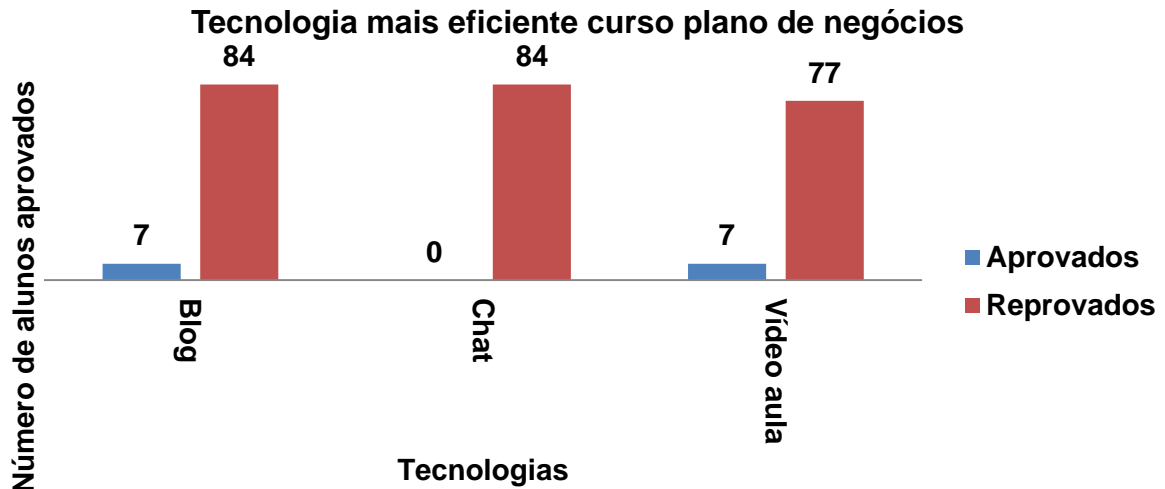
Com a aplicação do curso de marketing pessoal, se obteve 90% de aprovados na tecnologia vídeo aula e apenas 10% de reprovados, a tecnologia blog teve 62,96% de reprovados e 37,04% de aprovados, a tecnologia chat teve 60% de reprovados e 40% de aprovados. O que se pode observar é que embora a vídeo aula tenha obtido um número expressivo de aprovados, mas, as outras tecnologias não ficaram com diferenças muito grandes e todas as tecnologias para serem usadas precisam de melhorias.

## 6.21 TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE PLANO DE NEGÓCIOS

Foi realizada a medição das três tecnologias para aplicação do curso plano de negócios e foi identificada que não houve uma tecnologia mais precisa. O curso plano de negócios para ser aplicado via web precisa de adequações, pois, nenhuma das três tecnologias se mostrou mais eficiente e tiveram um número muito alto de reprovações. Os resultados ficaram abaixo do esperado, pois, muitos não conseguiram acertar questões acima da média para aprovação e ficaram com notas inferiores aos da média esperada. Como é mostrado na FIGURA 26.



FIGURA 26 - TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE DO CURSO PLANO DE NEGÓCIOS



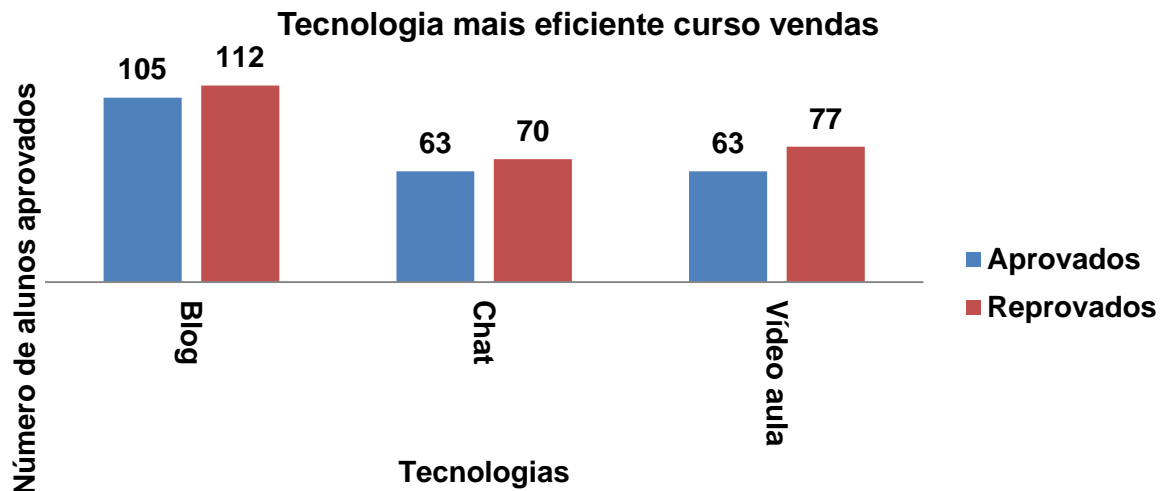
FONTE - o autor (2015).

O percentual de reprovados foi de 92,31% e apenas 7,69% de aprovados, na tecnologia blog, na tecnologia chat o total de reprovados foi de 100% e nos cursos por meio de vídeo aula foi de 91,67% de reprovados e 8,33% de aprovados. Pode-se perceber que o curso plano de negócios não tem muito efeito na aplicação pelas três tecnologias, não foi identificada tecnologia melhor para aplicar o curso plano de negócios.

## 6.22 TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE VENDAS

Não foi possível definir a melhor tecnologia para o curso de vendas, pois, todas as três tecnologias que foram aplicadas tiveram os resultados parecidos, com o número de aprovados relativamente próximos dos reprovados. Conclui-se que todas as tecnologias são eficientes. Como mostrado na FIGURA 27.

FIGURA 27 - TECNOLOGIA MAIS EFICIENTE DO CURSO VENDAS.



FONTE - o autor (2015).

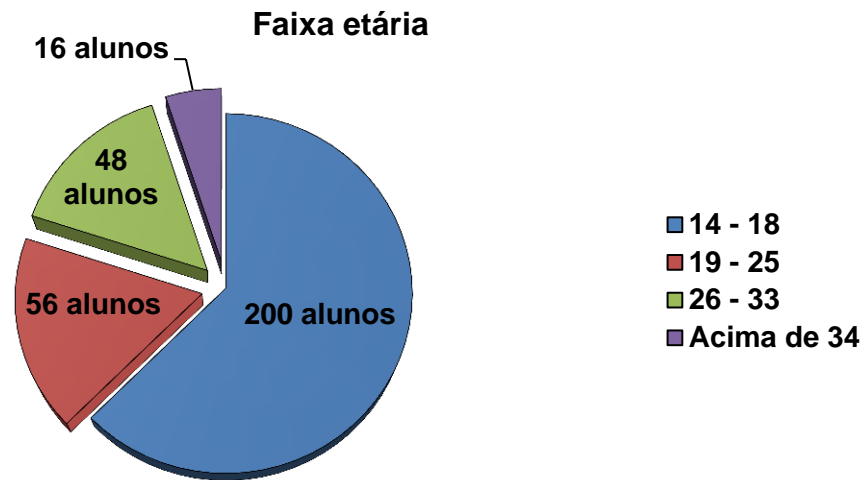
Com a aplicação do curso de vendas pelas três tecnologias, pode-se observar com os dados obtidos que não existe uma melhor tecnologia, pois, todos os percentuais ficaram bem próximos do esperado, ficando com 51,61% de reprovados e 48,39% de aprovados com o uso da tecnologia blog, para a tecnologia chat o resultado é 52,63% de reprovados e 47,37% de aprovados, enquanto a tecnologia vídeo aula ficou com 55% de reprovados e 45% de aprovados. O curso pode ser aplicado nas três tecnologias, não havendo uma mais específica.

## 6.23 MODELO DE AULA PRESENCIAL

### 6.23.1 Faixa etária dos alunos presenciais

Foram aplicados os cursos para 320 alunos. Na aplicação dos três cursos presenciais, chegou-se aos números de alunos por faixa etária. A faixa etária teve maior incidência entre 14 e 33 anos, como mostra na FIGURA 28.

FIGURA 28 - FAIXA ETÁRIA NOS CURSOS NA MODALIDADE PRESENCIAL.



FONTE - o autor (2015).

Os percentuais das idades dos alunos representam uma divisão significativa das idades. Os alunos que participaram da pesquisa, o grande percentual foi de 80% de jovens até 25 anos. Houve um maior número de jovens, pois, a maioria é representada por alunos e ex-alunos jovens que estão procurando emprego ou procurando uma melhor qualificação em suas ocupações, aplicados na cidade onde o autor ministra aulas.

#### 6.23.2 Gênero dos alunos presenciais

Coletados dados sobre o gênero dos participantes dos cursos presenciais e pode-se observar que o número de participantes para a aplicação dos cursos presenciais foi diversificado, como é mais bem visualizado TABELA 8.

TABELA 8 - GÊNERO DOS RESPONDENTES NOS CURSOS PRESENCIAIS

Gênero	Quantidade
Masculino	164
Feminino	156

FONTE - o autor (2015)

Percebe-se o número de mulheres ficou próximo do número de homens, pois, os alunos forma compostos por pessoas que desejavam melhorar seu currículo

e desejavam muitos deles trocar de emprego ou permanecer no mesmo e para isso precisavam de qualificação profissional, onde a qualificação profissional é muito importante para melhorar o currículo e todos aproveitaram a oportunidade de oferta de cursos com acesso facilitado. Essas aulas foram ministradas na Cidade de Curitiba e todos os alunos foram convidados a participarem dos cursos e também como uma forma de melhorar seu currículo.

### 6.23.3 Aplicação das avaliações presenciais

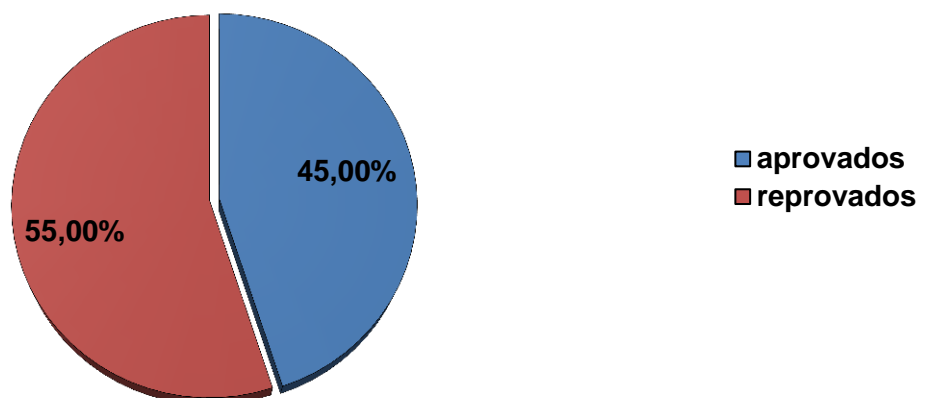
A avaliação presencial aplicada aos alunos teve a mesma quantidade de questões e o mesmo tempo dos cursos aplicados a distância. Foram aplicadas as avaliações aos alunos de cursos presenciais na cidade de Curitiba.

### 6.23.4 Aplicação da avaliação Folha de Pagamento

A avaliação presencial aplicada ao curso de folha de pagamentos teve o número de aprovados com um total de 36 e 44 alunos reprovados, que é mostrado na FIGURA 29.

FIGURA 29 - TOTAL DE APROVADOS CURSO FOLHA DE PAGAMENTO.

#### **Alunos aprovados curso Folha de Pagamento**



FONTE - o autor (2015).

O curso folha de pagamento obteve um número de aprovados muito parecido com o número de reprovados, ficando com 45% de aprovados contra 55%

de reprovados, onde a aplicação dos cursos e as avaliações foi idêntico ao dos cursos ofertados a distância. Isso indica que a modalidade aplicada tem o mesmo número de perguntas e o grau de dificuldade é o mesmo.

#### 6.23.5 Aplicação da avaliação Marketing Pessoal

Com a aplicação da avaliação do curso de marketing pessoal, obteve-se o número de 36 aprovados e 44 reprovados, sendo mostrado na FIGURA 30.

FIGURA 30 - TOTAL DE APROVADOS CURSO MARKETING PESSOAL.



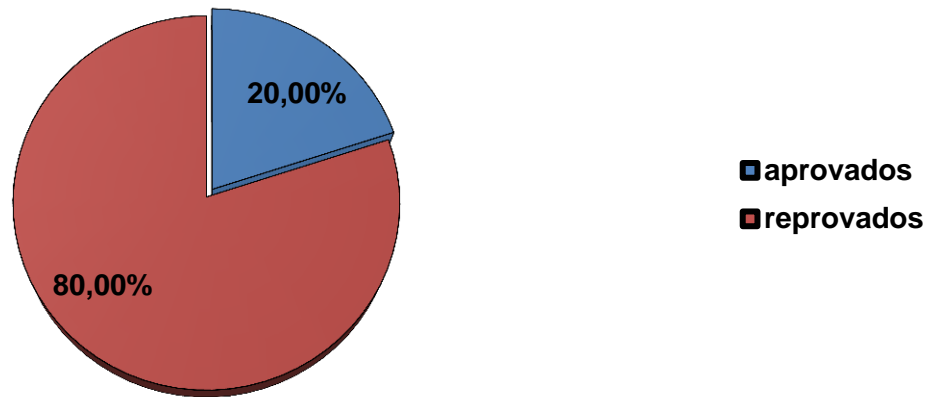
FONTE - o autor (2015).

O curso de marketing pessoal pelo seu conteúdo é de fácil aceitação por todos os alunos por fazer parte da vivência de todo trabalhador que busca uma melhor forma de apresentação de seu currículo. O número de aprovados ficou com 45% e o de reprovados com 55%.

#### 6.23.6 Aplicação da avaliação Plano de negócios

A avaliação presencial aplicada aos alunos obteve o total de 64 reprovados e 16 aprovados. Como é mostrado na FIGURA 31.

FIGURA 31 - TOTAL DE APROVADOS CURSO PLANO DE NEGÓCIOS.

**Aprovados curso Plano de Negócios**

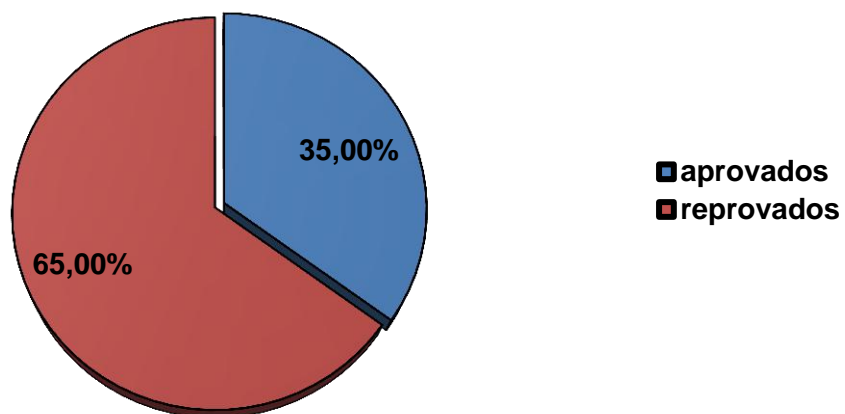
FONTE - o autor (2015).

O curso plano de negócios presencial não foi tão bem absorvido pelos alunos e precisa de adequação, talvez pela forma como foi planejada e ofertado ou pela forma com foi aplicado as avaliações. Foram 80% de reprovados e de 20% de aprovados.

**6.23.7 Aplicação da avaliação Vendas**

Na FIGURA 32 mostra o número de 28 aprovados e 52 reprovados no curso de vendas presencial.

FIGURA 32 - TOTAL DE APROVADOS CURSO VENDAS.

**Total de aprovados curso Vendas**

FONTE - o autor (2015).

O curso de vendas na modalidade presencial teve uma receptividade boa pelos alunos, visto que todos tem algum macete para vender alguma coisa. Então fica mais fácil de compreender e de responder as perguntas. O número de aprovados ficou com 35%, enquanto o de reprovados com 65%.

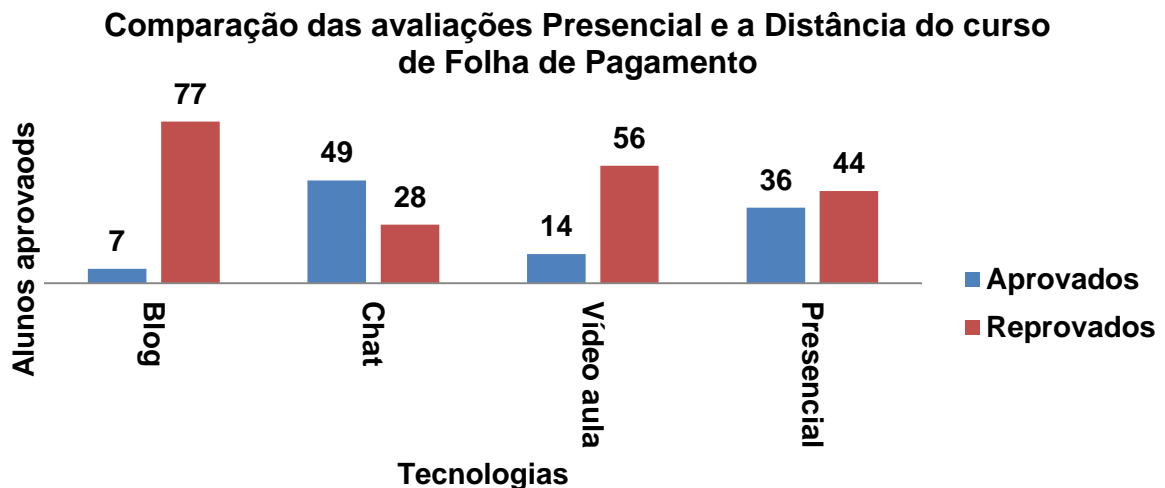
## 6.24 COMPARAÇÃO ENTRE CURSOS OFERTADOS NA MODALIDADE A DISTÂNCIA E PRESENCIAL

Foi realizada a comparação dos dados obtidos, da modalidade a distância com a modalidade presencial.

### 6.24.1 Comparação Folha de Pagamento a distância e presencial

Como se observa na FIGURA 33, a tecnologia chat mais eficiente que o presencial, embora não se deva fazer comparação entre as duas modalidades, pois, algumas pessoas preferem a EAD e outras o presencial.

FIGURA 33 - COMPARAÇÃO DAS AVALIAÇÕES PRESENCIAL E A DISTÂNCIA DO CURSO FOLHA DE PAGAMENTO.



FONTE - o autor (2015)

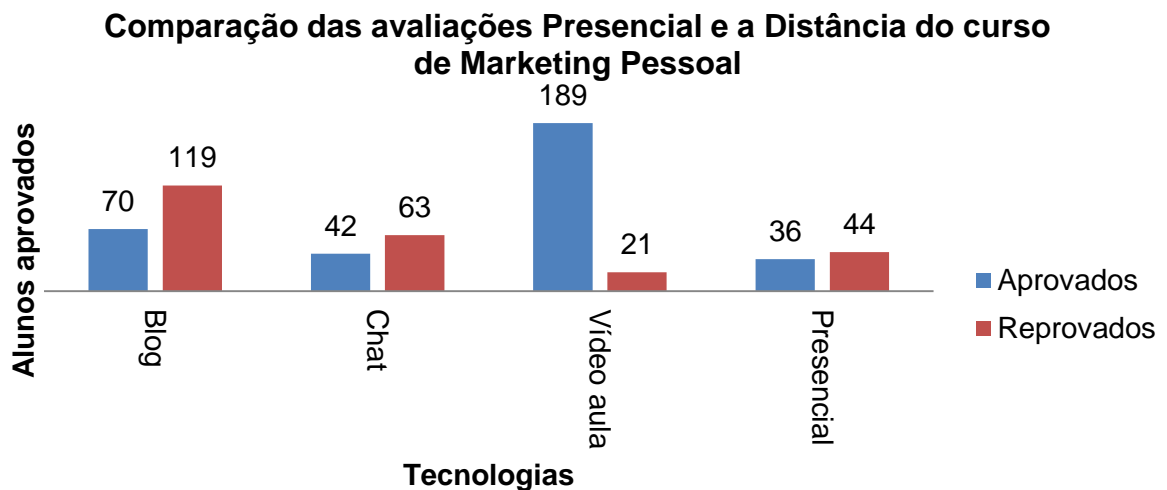
Pode-se observar que tanto o curso presencial como o curso a distância de folha de pagamento, obteve-se resultados parecidos, embora o chat mostrasse resultados melhores, ficando com o número de aprovados superior aos número de

reprovados, pode-se dizer que não existe uma modalidade melhor para aplicar o curso e que eles tem seu grau de aceitação ou de assimilação.

#### 6.24.2 Comparação Marketing Pessoal a distância e presencial

O curso de marketing pessoal ofertado a distancia com uso de vídeo aula foi melhor que as outras tecnologias e o presencial ficaram bem divididos, indicando que o curso tem condições de ser repensado e melhorado para ser aplicado para os alunos via web, como mostrado na FIGURA 34.

FIGURA 34 - COMPARAÇÃO DAS AVALIAÇÕES PRESENCIAL E A DISTÂNCIA DO CURSO MARKETING PESSOAL.



FONTE - o autor (2015)

Observa-se que a modalidade que obteve melhor resultado foi a distância por meio de vídeo aula, com um aproveitamento muito bom de aprovados, porém, o presencial tem suas vantagens e algumas pessoas preferem estudar por meio de vídeo aula, no entanto, blog e chat precisam de melhorias. Outras pessoas preferem o modelo presencial com professor ensinando suas técnicas e sanando as dúvidas.

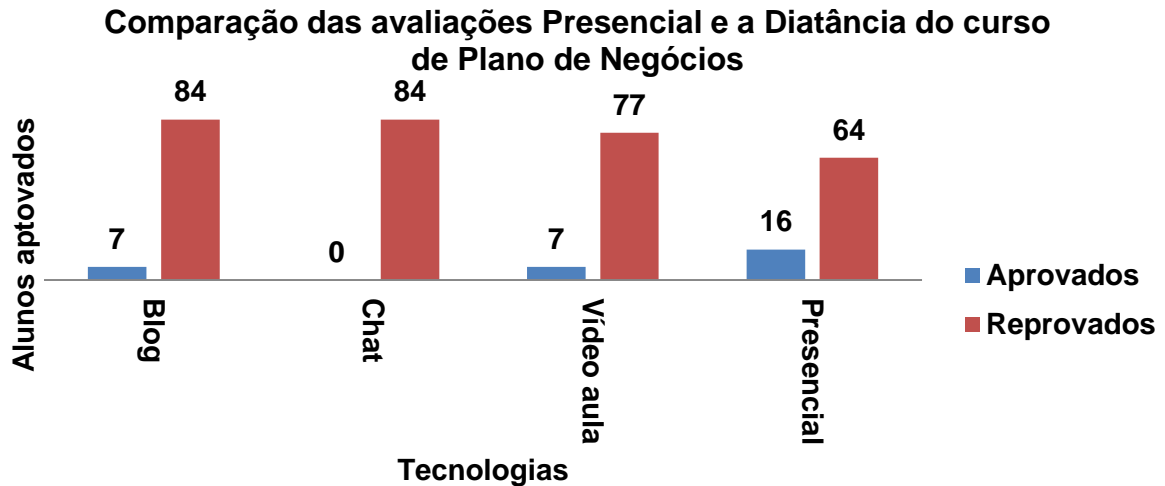
#### 6.24.3 Comparação Plano de Negócios a distância e presencial

No curso plano de negócios é possível verificar que não existe uma tecnologia melhor e os cursos precisam ser melhorados, pois, não houve um número



maior de acertos tanto nas três tecnologias e no modelo presencial, como é mostrado na FIGURA 35.

FIGURA 35 - COMPARAÇÃO DAS AVALIAÇÕES PRESENCIAL E A DISTÂNCIA DO CURSO PLANO DE NEGÓCIOS.



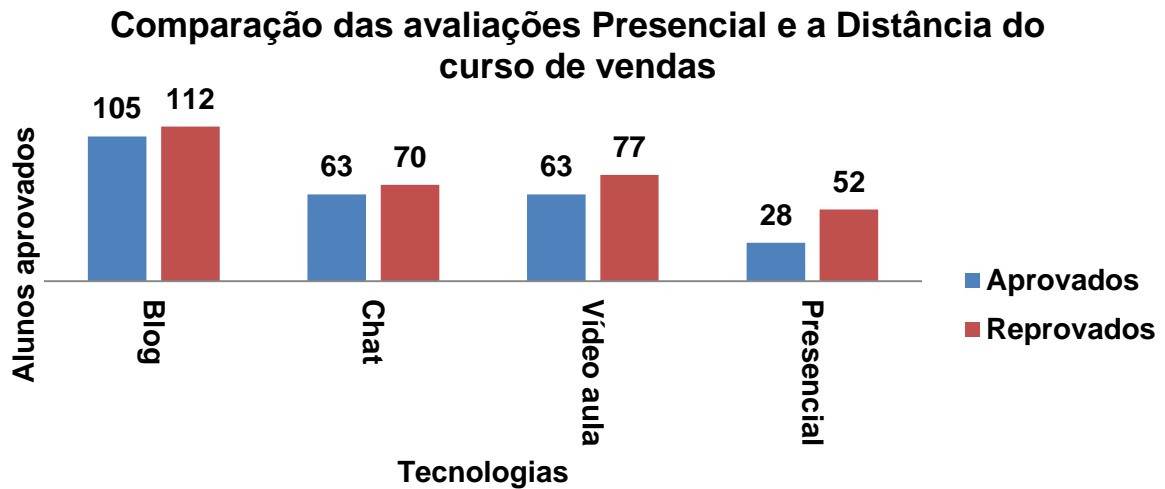
FONTE - o autor (2015).

Como o observado no gráfico em todas as formas de aplicação do curso plano de negócios, os conteúdos e a forma de aplicação do conteúdo e das provas precisa ser melhorada, pois, em todo o curso que é implementado precisa de melhoras para ser bem aceito, onde o papel é fundamental dos alunos para que a oferta dos cursos seja efetivada.

#### 6.24.4 Comparação Vendas a distância e presencial

Indica com se pode observar FIGURA 36, que não existe uma tecnologia melhor e que os conteúdos estão no mesmo nível, pois, o presencial também não obteve um número expressivo que ficasse evidente com relação aos resultados a distancia.

FIGURA 36 - COMPARAÇÃO DAS AVALIAÇÕES PRESENCIAL E A DISTÂNCIA DO CURSO VENDAS.



FONTE - o autor (2015).

Como mostrado na FIGURA 36, o curso de vendas foi bem aceito em todas as tecnologias e modalidade presencial, onde o conteúdo é de fácil aceitação, onde alunos aprendem a executar uma venda com eficácia.

Após os dados serem coletados e tabulados, o que se buscou, no entanto, foi realizar os estudos de várias tecnologias utilizadas na internet, para disponibilizar os cursos a distância via web, utilizando as TIC disponíveis, que foram: blog, chat e vídeo aula para ofertar os cursos de folha de pagamento, marketing pessoal, plano de negócios e vendas.

Utilizou-se a internet para fazer com que os alunos realizassem os cursos online e respondessem as avaliações para testar a eficiência da EAD no uso das TIC e procurou-se avaliar e identificar os problemas que ocorrem na oferta dos cursos via web e com isso poder avaliar os conteúdos ofertados e a metodologia utilizada.

## 6.25 AVALIAÇÃO DE REAÇÃO

De acordo com o modelo atribuído por Kirkpatrick (1994, apud Kirkpatrick Partners) na qual identificou a necessidade de uma avaliação nos meios de avaliação dos treinamentos aplicados. No contexto da avaliação, na qual chama de avaliação de reação, que avalia até onde os participantes assimilaram os conteúdos

transmitidos, se a forma de transmissão é eficiente e se os alunos tem facilidade na utilização dos meios de transmissão e na obtenção dos conhecimentos apropriados. De acordo com o mesmo autor os alunos que são avaliados qualitativamente e quantitativamente, os resultados são mais precisos e se pode tirar uma conclusão mais precisa. Faz-se necessário a aplicação de um questionário que avalie como foi a reação dos alunos e o aproveitamento dos conteúdos.

Foi aplicado um questionário que foi possível identificar os motivos que levaram o aluno à escolha dos cursos ofertados a distância via web, como é mostrado na TABELA 9.

TABELA 9 – QUESTÃO 1 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: ESCOLHA DOS MOTIVOS DE REALIZAR CURSO EAD

Horário flexível	605
Estudo Independente	238
Não necessita frequentar as aulas presenciais	211
Metodologia aplicada é de fácil compreensão	172
Não souberam ou não responderam	251

FONTE - o autor (2015)

Analisando a TABELA 9, foram identificados os motivos que levaram os alunos a realizarem os cursos a distância via web utilizando as TIC disponíveis. As respostas da maioria foi o horário, sendo por que grande parte das pessoas não disponibiliza de tempo para frequentar uma sala de aula presencial, com horário rígido para ser seguido e com isso buscam a educação a distância, que atende as suas necessidades. Com um total de 1477 alunos que realizaram a pesquisa, apontou que 605 respostas destacaram que o horário flexível é o que mais motivou a escolha. Com a realização de estudos a distância, o aluno tem tempo para realizar pesquisas e estudos sem prejudicar seu trabalho diário. Muitos podem estudar à noite e nos finais de semana. Com os resultados dessa pergunta é possível identificar melhor quais os motivos que levam o aluno pela escolha de cursos transmitidos via internet e a distância. Com 238 respostas para o estudo independente, sendo possível avaliar que os alunos preferem estudar sozinhos ou fazer trabalhos individuais sem o auxílio de outras pessoas. Não ter a necessidade de frequentar aulas com 211 respostas, para muitos a locomoção até as escolas é inviável e porque não dizer insustentável. A metodologia utilizada também foi destacada, com 172 respostas. Isso demonstra que a procura por mais

conhecimento de forma mais acessível e prática é o que leva os alunos à escolherem a EAD, porque consegue adequar seus horários e prioridades sem afetar suas rotinas diárias.

Na questão 2 que traz a pergunta sobre a facilidade em usar a internet, é possível identificar qual a familiaridade dos usuários com a internet, como é mostrado na TABELA 10.

TABELA 10 – QUESTÃO 2 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: FACILIDADE EM USAR A INTERNET

Concordo Totalmente	1001
Concordo Parcialmente	328
Talvez	72
Discordo Parcialmente	38
Discordo Totalmente	38

FONTE - o autor (2015)

Como se observa na TABELA 10, que destaca a facilidade na utilização da internet pelos usuários, é possível perceber que o número de pessoas que concordam que não tem problemas com a internet e o uso na EAD se torna mais fácil e mais proveitoso e ainda tem facilidade em sanar suas dúvidas e buscar novos conteúdos. Vale ressaltar que o percentual de alunos que concordam com a pergunta de que tem facilidade em utilizar a internet foi de 89,98% e pessoas que não tem familiaridade foi de 5,15% e de pessoas que não souberam opinar foi de 4,87%.

Na questão 3, que verifica a facilidade em encontrar conteúdos para pesquisa na internet, é verificado que a biblioteca online possui uma gama de conteúdos para consulta. Como melhor visualizado na TABELA 11.

TABELA 11 – QUESTÃO 3 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: EXISTEM MAIS CONTEÚDOS DISPONÍVEIS NA INTERNET PARA PESQUISA

Concordo Totalmente	258
Concordo Parcialmente	690
Talvez	291
Discordo Parcialmente	182
Discordo Totalmente	56

FONTE - o autor (2015)

Na TABELA 11 é possível perceber que os alunos encontram mais conteúdos para pesquisa e para estudos na internet. Que o principal motivo para que os alunos se interessem pela educação a distância são os conteúdos mais acessíveis para os alunos. Foi feita perguntas para um total de 1477 alunos e o percentual de alunos que concordam com esta afirmação é de 64,18%, onde o percentual de pessoas que discordam dessa afirmação é de 16,11%, enquanto que as pessoas que não tiveram resposta certa foram de 19,70%.

Na questão 4, é apresentado as respostas da pergunta: quais as maiores dificuldades em realizar cursos a distância e são identificadas as maiores causas de desistência ou de desconfianças na metodologia, visualizado na TABELA 12.

TABELA 12 – QUESTÃO 4 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: DIFICULDADE NA REALIZAÇÃO DA EAD

Falta de auxilio de um professor	348
Distração	384
Sem tempo para estudar	315
Demora nas respostas	151
Dificuldades de acesso	81
Problemas no site	117
Não souberam ou não tem certeza	81

FONTE - o autor (2015)

Como é possível ser analisado na TABELA 12, o aluno tem que ter muita motivação e ser centrado na busca por conhecimentos, pois, existem muitos motivos que levam o aluno a desistir dos estudos. A falta de auxilio de um professor, quer dizer que não está presente para tirar suas dúvidas no mesmo instante, ou seja, o professor não é presencial e por isso não tem como motivar o aluno. Na interpretação dos dados é possível perceber que os problemas originários do site não são as maiores dificuldade e que os de maior ocorrência de desistência parte do aluno que não apresenta foco e comprometimento nos estudos e se dispersa facilmente. Isso demonstra que o aluno tem que ter um objetivo bem claro para chegar a alcançar seus objetivos.

Na questão 5, que traz a pergunta de como foi a realização dos cursos a distância pela web, é feita a verificação se as dúvidas foram sanadas pelo tutor e como foi a participação dele na transmissão dos conhecimentos. Então, é possível identificar que a dificuldade que foi mencionada na pergunta anterior sobre a falta de

auxílio de um professor, indica que não é o professor – tutor e sim o presencial, como é possível ser visualizado na TABELA 13.

TABELA 13 – QUESTÃO 5 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: AS DÚVIDAS FORAM RESOLVIDAS PELO TUTOR

Concordo Totalmente	493
Concordo Parcialmente	547
Talvez	182
Discordo Parcialmente	54
Discordo Totalmente	201

FONTE - o autor (2015)

De acordo com as respostas obtidas na TABELA 13, é possível perceber que o tutor foi fundamental no aprendizado, pois tirou todas as dúvidas e motivou os alunos também, exercendo de acordo com Nunes (2013), suas funções de “orientar os alunos no início do curso”, “estimular” a contribuição e a “colaboração” entre as pessoas responsáveis pela oferta de ensino, “motivar” o aluno para que continue evoluindo.

Na questão 6, é perguntado ao aluno se o curso teve contribuição na sua vida profissional, como mostrado na TABELA 14.

TABELA 14 – QUESTÃO 6 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: O CURSO CONTRIBUIU PARA MINHA VIDA PROFISSIONAL

Concordo Totalmente	858
Concordo Parcialmente	364
Talvez	200
Discordo Parcialmente	18
Discordo Totalmente	37

FONTE - o autor (2015)

Na tabela 14, se percebe que o curso realizado a distância teve uma contribuição significativa na sua vida profissional, seja por melhorar sua colocação dentro da empresa, melhorando seu salário ou até mesmo encontrando uma melhor oportunidade de emprego e com isso obteve 82,74% de pessoas que concordam com esta pergunta, com apenas 3,72% das pessoas que disseram que o curso não ajudou para melhorar sua situação profissional e 13,54% não souberam responder.

Como demonstra Tessaro (2012) em sua pesquisa, os alunos que realizaram cursos a distância conseguiram melhorar sua carreira profissional.

Na questão 7 é feita a pergunta sobre as vantagens e desvantagens no uso da educação a distância, como visualizado na TABELA 15.

TABELA 15 – QUESTÃO 7 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: A EAD TEM MAIS VANTAGENS DO QUE DESVANTAGENS

Concordo Totalmente	530
Concordo Parcialmente	584
Talvez	182
Discordo Parcialmente	127
Discordo Totalmente	54

FONTE - o autor (2015)

De acordo com a TABELA 15, as vantagens são superiores as desvantagens com os cursos ofertados a distância, ficando com 75,42% de pessoas que concordam que existem mais vantagens, contra 12, 25% das pessoas que afirmam que existem muitas desvantagens na EAD, seja por motivo de falha no sistema ou por desmotivação própria em função de não terem disciplina na realização dos cursos.

Na questão 8 foi perguntado se os alunos recomendariam a EAD à outras pessoas, e a resposta pode ser visualizado na TABELA 16.

TABELA 16 – QUESTÃO 8 DA AVALIAÇÃO DE REAÇÃO: VOCÊ RECOMENDARIA A EAD PARA OUTRAS PESSOAS

Sim	1344
Não	133

FONTE - o autor (2015)

Com um total de 91% de pessoas que acreditam na EAD e indicariam para que outras pessoas pudessem fazer. No entanto, com 9% de pessoas não indicariam a EAD, pois ficaram descontentes com a metodologia utilizada.

Com a aplicação do questionário, os resultados serviram para mostrar que existem muitas pessoas que apoiam a educação a distância e que indicariam a EAD à outras pessoas.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos estudos apresentados e da aplicação dos cursos em diferentes formas de apresentação da EAD concluiu-se que esta modalidade de ensino está em plena ascensão e que as diferentes tecnologias aplicadas consolidam a eficiência na realização dos cursos. Muitos alunos acham dificuldade em lidar com essa nova modalidade de ensino.

Com os resultados obtidos com a pesquisa realizada através da revisão bibliográfica sobre a educação a distancia, permitiu-se que pudesse estudar o comportamento dos alunos, onde ainda paira muita desconfiança com relação ao novo modelo de ensino praticado. A resistência das empresas que não aceitam a credibilidade dos alunos formados nessa modalidade é muito grande e isso levou a escolha do tema. Diferentes níveis de ensino tem se utilizado da modalidade EAD para expandir a aprendizagem, e conforme números apresentados pelo MEC, pesquisas demonstram também maior interesse por parte de alunos que estão optando pelo ensino a distância.

A Educação a distância dispõe dos diversos tipos de tecnologias (chat, blog, vídeo aulas) que auxiliam no aprimoramento dos cursos e adequando a forma de disposição do ensino ao conteúdo ofertado, aproximando o aluno ao ambiente virtual e fazendo com que a aprendizagem se torne ainda mais interessante.

Ainda que existam adversidades, como a resistência na aceitação dos cursos, dificuldades em relação à proximidade de aluno x professor / tutor, as vantagens dessa forma de ensino se sobrepõem pela facilidade e agilidade com as quais são disponibilizados, algo que a modernidade exige e, portanto, a torna perfeitamente aceitável e até necessária em muitos casos.

Com a aplicação das provas e os resultados alcançados mostrou que o curso de folha de pagamento ofertado obteve melhor resultado na modalidade chat e teve o melhor resultado que o curso aplicado na modalidade presencial. O curso de marketing pessoal mostrou que a tecnologia mais eficiente foi a de vídeo aula, mostrando-se superior ao curso presencial. O curso de plano de negócios foi melhor na modalidade presencial, porém, os resultados não foram muito satisfatórios tanto no presencial, quanto a distancia. O curso de vendas indica que os resultados foram parecidos e mostra que não existe uma tecnologia mais eficiente para aplicação do curso.



Com a análise dos resultados conclui-se que não existe uma tecnologia mais eficiente para ofertar os cursos a distância via web, através de blog, chat ou vídeo aula e que todas as tecnologias disponíveis têm suas vantagens e desvantagens e a aplicação dos cursos depende de como eles são produzidos e ofertados.

Os resultados obtidos da pesquisa de satisfação mostra que houve mais vantagens do que desvantagens na EAD, em que os resultados negativos foram resultados de retorno por parte dos educadores de forma que não satisfazia o que os alunos desejavam obter de retorno. Também mostra que os alunos desistem por não terem confiabilidade ou por meios que os tiram a concentração e que os cursos a distância contribuíram para mudar seu perfil profissional, ajudando o aluno a conseguir melhores perspectivas profissionais e melhorar suas vidas. Essa pesquisa se limitou aos cursos de folha de pagamento, marketing pessoal, plano de negócios e vendas, mas, outros cursos podem ofertados na mesma modalidade. Assim como, outras tecnologias podem ser utilizadas para a aplicação dos cursos e medição dos resultados.

Esta pesquisa foi realizada com cursos livres e deixa como sugestão para trabalhos futuros que outros cursos, assim como outras instituições possam ser analisados. Isso abre precedentes para que cursos técnicos, de graduação, pós-graduação, mestrados ou outros tipos de cursos possam ser ofertados na modalidade a distância via web, com a utilização de ambientes virtuais de aprendizagem e TIC disponíveis na internet. Com a realização dessa pesquisa e dos resultados obtidos, abre-se possibilidades para que novos estudos aconteçam utilizando outras metodologias de avaliação, como por exemplo, avaliação através de pesquisas de avaliações aplicadas nos diversos campos de estudo. Novas pesquisas podem ser realizadas nos ambientes semipresenciais e nos modelos totalmente a distância. Outros cursos como, por exemplo, cursos técnicos, cursos de aperfeiçoamento, cursos de qualificação e cursos superiores, podem ser avaliados de outras formas, utilizando avaliações qualitativas e quantitativas, bem como, avaliações de reação, onde são verificados os feedbacks dos alunos.

Os resultados podem colaborar com a tomada de decisão de muitas instituições na oferta dos referidos cursos. Isso não se limita ao estudo dos cursos em questão, como: folha de pagamento, marketing pessoal, plano de negócios e vendas.

## 8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABED. **CENSO EAD 2014**. 2014. Disponível em: [http://www.abed.org.br/CENSOEAD2014/CENSOEAD2014\\_portugues.pdf](http://www.abed.org.br/CENSOEAD2014/CENSOEAD2014_portugues.pdf). Acesso em: 22/12/2015.

ADAMI, ANNA. **Redes Sociais**. 2015. Disponível em: <http://www.infoescola.com/sociedade/redes-sociais-2/>. Acesso em: 20/12/2015.

ARAÚJO, CONCEIÇÃO. **O que são Blogs?** Disponível em: <http://www.infoescola.com/informatica/o-que-sao-blogs/>. Acesso em: 27/11/2015.

ARAÚJO, MICHELE COSTA MENEGHETTI DE. **Potencialidades do uso de blog na educação**. 2009. Disponível em: <ftp://ftp.ufrn.br/pub/biblioteca/ext/btdtd/MicheleCMUA.pdf>. Acesso em: 13/06/2016.

AZEVEDO, WILSON. **Muito Além do Jardim de Infância - O desafio do preparo de alunos e professores on-line**. 2005. Disponível em: [http://www.abed.org.br/site/pt/midiateca/textos\\_EAD/679/2005/11/muito\\_alem\\_do\\_jar-dim\\_de\\_infancia\\_-\\_o\\_desafio\\_do\\_preparo\\_de\\_alunos\\_e\\_professores\\_on-line\\_](http://www.abed.org.br/site/pt/midiateca/textos_EAD/679/2005/11/muito_alem_do_jar-dim_de_infancia_-_o_desafio_do_preparo_de_alunos_e_professores_on-line_). Acesso em: 20/11/2015.

BARCELOS, GILMARA TEIXEIRA; PASSERINO, LILIANA MARIA; BEHAR, PATRICIA ALEJANDRA. **Redes sociais e comunidades: definições, classificações e relações**. 2010. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/renote/article/view/15251/9008>. Acesso em: 12/11/2015.

BAYLÃO, ANDRÉ LUIS DA SILVA; SCHETTINO, ELISA MARA OLIVEIRA. **A inserção da mulher no mercado de trabalho brasileiro**. 2014. Disponível em: <http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/20320175.pdf>. Acesso em: 11/06/2016.

BELINSKI, RICARDO. **Suporte ao aluno**. Curitiba: IESDE. 2009.

BITTENCOURT, MATEUS IBSEN; MERCADO, LUIS PAULO LEOPOLDO. **Evasão nos cursos na modalidade de educação a distância: estudo de caso do Curso Piloto de Administração da UFAL/UAB**. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ensaio/v22n83/a09v22n83.pdf>. Acesso em: 12/06/2016

CASTELLS, MANUEL. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CORDOVA, TANIA; FAVRETTO, ROSANI APARECIDA DIAS. **As redes sociais e a educação: o uso do facebook na modalidade de educação de jovens e adultos do SESI em Santa Catarina**. 2014. Disponível em: <http://www.abed.org.br/hotsite/20-ciaed/pt/anais/pdf/40.pdf>. Acesso em: 23/01/2016.

CORTELAZZO, IOLANDA BUENO DE CAMARGO. **Prática pedagógica, aprendizagem e avaliação em Educação a Distância**. Curitiba: Ed. Intersaberes, 2013.

CRUZ, DULCE MÁRCIA. **Como usar bem a videoconferência na educação corporativa a distância.** 2003. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2003/docs/anais/TC14.htm>. Acesso em: 11/06/2015.

DEMARCO, SILVIA R. S.; HONORATO, HERCULES G.. **A educação a distância e a tutoria: alguns olhares.** 2013. Disponível em: [https://www.ufmg.br/EAD/seminario/anais/pdf/Eixo\\_2.pdf](https://www.ufmg.br/EAD/seminario/anais/pdf/Eixo_2.pdf). Acesso em: 17/12/2015.

DIAS, CELIA DA CONSOLAÇÃO. **O uso de blog para mediar os processos de aprendizagem entre os alunos do curso de Biblioteconomia.** 2013. Disponível em: <http://tecnologiasnaeducacao.pro.br/wp-content/uploads/2015/07/Rel2-ano5-vol9-dez2013.pdf>. Acesso em: 12/09/2015.

DIAS, ROSILÂNIA APARECIDA; LEITE, LÍGIA SILVA. **Educação a distância da legislação ao pedagógico.** Petrópolis, RJ. 2010.

DORNELLES, RAMÃO JORGE. **A utilização de tecnologias de Internet na educação a distância: o caso de uma disciplina de graduação da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande Do Sul.** 2001. Disponível em: [http://www.ufrgs.br/gianti/files/orientacao/mestrado/defesa/pdf/28\\_dissertacao\\_dornelles.pdf](http://www.ufrgs.br/gianti/files/orientacao/mestrado/defesa/pdf/28_dissertacao_dornelles.pdf). Acesso em: 13/06/2016.

DUARTE, LUCIANA RODRIGUES RAMOS. **Resistência x aceitação da modalidade semipresencial do curso de administração de uma faculdade tecnológica em Fortaleza-CE.** 2014. Disponível em: <http://www.abed.org.br/hotsite/20-ciaed/pt/anais/pdf/120.pdf>. Acesso em: 20/12/2015.

ESTEVES, ROSA MARIA MAIA GOUVÊA; RIBEIRO, TIAGO DA SILVA. **A Utilização das Mídias de Comunicação no Avea: um Estudo sobre Blogs na Educação.** 2012. Disponível em: <http://www.aedb.br/wpcontent/uploads/2015/04/41416446.pdf>. Acesso em: 27/12/2015.

FEITOSA, JOSÉ AILTON FORTE; LIMA, IVONEIDE PINHEIRO DE; VASCONCELOS, FRANCISCO LIMA HERBERT. **A ferramenta chat como recurso pedagógico no ensino de física.** 2013. Disponível em: <http://EADemfoco.cecierj.edu.br/index.php/Revista/article/viewFile/144/44>. Acesso em: 21/01/2016.

FILHO, CLÉUZIO FONSECA. **História da computação: o caminho do pensamento e da tecnologia.** 2007. Disponível em: <http://www.pucrs.br/edipucrs/online/historiadacomputacao.pdf>. Acesso em: 22/09/2015.

FILHO, JOSÉ WALTER FAGUNDES DE SOUZA. **Desafios e vantagens da Educação a distância para uma aprendizagem significativa na Universidade.** 2011. Disponível em: <http://uEADsl.textolivre.pro.br/2011.1/papers/upload/100.pdf>. Acesso em: 22/11/2015.

GEBRAN, MAURÍCIO PESSOA. **Tecnologias Educacionais.** Curitiba: IESDE BRASIL S.A., 2009.

G1. GLOBO. **Taxa de desemprego no Brasil foi a mais alta em dois anos, diz IBGE.** 2015. <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2015/05/taxa-de-desemprego-no-brasil-foi-mais-alta-em-dois-anos-diz-ibge.html>. Acesso em: 22/10/2015.

HEIDE, A.; STILBORNE, L. **Guia do professor para a internet.** Porto Alegre: Artmed, 2000.

INEP. **CENSO da Educação Superior 2014 - Notas Estatísticas.** Disponível em: [http://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/CENSO\\_superior/documentos/2015/notas\\_sobre\\_o\\_CENSO\\_da\\_educacao\\_superior\\_2014.pdf](http://download.inep.gov.br/educacao_superior/CENSO_superior/documentos/2015/notas_sobre_o_CENSO_da_educacao_superior_2014.pdf). Acesso em: 01/12/2015 as 22/11/2015.

JUNIOR, RAUL MARCELINO DE ALMEIDA. **O ensino a distancia e as novas tecnologias.** 2013. Disponível em: [http://mackenzie.br/fileEADmin/Graduacao/CCH/primus\\_vitam/primus\\_5/raul.pdf](http://mackenzie.br/fileEADmin/Graduacao/CCH/primus_vitam/primus_5/raul.pdf). Acesso em: 02/01/2016.

KIRKPATRICK, DR. DONALD; KIRKPATRICK, DR. JIM. **Audio Recordings Study Guide.** 2013. <http://www.kirkpatrickpartners.com/Portals/0/Products/Kirkpatrick%20Four%20Levels%20-%20Audio%20Recordings%20Study%20Guide.pdf>. Acesso em: 25/08/2016.

LARA, THEMIS SILVEIRA. **Educação Inclusiva.** 2011. Disponível em: <http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/Ebooks/Pdf/978-85-397-0076-9.pdf>. Acesso em: 12/06/2016.

LITWIN, EDITH (ORG.). **Tecnologia Educacional – política, histórias e propostas.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

MACHADO, ELIAN DE CASTRO; MACHADO, LILIANA DIAS. **O papel da tutoria em ambientes de EAD.** 2004. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2004/por/html/022-TC-A2.htm>. Acesso em: 17/12/2015.

MAIA, CARMEM; MATTAR, JOÃO. **Abc da EAD: a educação a distância de hoje.** São Paulo: Pearson Education, 2007.

MENDONÇA, GILDA AQUINO DE ARAÚJO. **As tecnologias na educação a distância.** 2014. Disponível em: <http://www.abed.org.br/hotsite/20-ciaed/pt/anais/pdf/115.pdf>. Acesso em: 02/01/2016.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Censo mostra que ingresso de alunos cresceu 8,5% em 2008.** <http://portal.mec.gov.br/component/content/?view=212:noticias&id=14698:censo-aponta-crescimento-no-ingresso-de-alunos-em-2008>. Acesso em: 23/10/2015.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Decreto 5.622 de 19.12.2005.** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/instituicoes-credenciadas/educacao-superior-a-distancia>. Acesso em: 23/10/2015.

MORAES, VÍCTOR FRANÇA DE. **Desvantagens da EAD**. 2011. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/uEADsl/article/viewFile/2701/2654>. Acesso em: 01/03/2016.

MORAN, JOSÉ MANUEL. **Ensino e aprendizagem inovadores com tecnologias**. 2000. Disponível em: <http://www.portal.educacao.salvador.ba.gov.br/site/documentos/espaco-virtual/espaco-edu-com-tec/artigos/ensino%20e%20aprendizagem%20inovadores%20com%20tecnologias.pdf>. Acesso em: 15/12/2015.

MORAN, JOSÉ MANUEL. **Presencial e virtual: ingredientes básicos de uma educação agradável e flexível**. 2005. Disponível em: <http://www.EAD.sp.senac.br/newsletter/maio05/entrevista/entrevista.htm>. Acesso em: 15/12/2015.

NASCIMENTO, LUIS FELIPE; CZYKIEL, RENATA; FIGUEIRÓ, PAOLA SCHMITT. **Presencial ou a distância: a modalidade de ensino influencia na aprendizagem?**. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/67/162>. Acesso em: 14/10/2015.

NETO, Antônio Simão. **Cenários e Modalidade da EAD**. Curitiba: Iesde. 2010.

NUNES, VANESSA BATTESTIN. **O papel do tutor na educação a distância: como tem sido concebido pelas instituições de ensino?** Disponível em: 2013. <http://www.abed.org.br/congresso2013/cd/41.pdf>. Acesso em: 22/12/2015.

O ESTADÃO. **A importância dos ambientes virtuais de aprendizagem na busca de novos domínios da EAD**. 2014. Disponível em: <http://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,educacao-a-distancia-conquista-confianca-de-alunos-e-empregadores,1144568>. Acesso em: 01/01/2016.

OLIVEIRA, DÉBORA SILVA DE. **O uso do vídeo em EAD: desafios no processo de ensino aprendizagem**. 2013. Disponível em: <http://ojs.cesuca.edu.br/index.php/cesucavirtual>. 2013. Acesso em: 21/12/2015.

PEREIRA, VIVIANE DE OLIVEIRA; NETO, HERMÍNIO BORGES. **A utilização do chat como recurso educativo**. 2000. Disponível em: <http://www.multimeios.ufc.br/arquivos/pc/congressos/congressos-a-utilizacao-do-chat-como-recurso-educativo.pdf>. Acesso em: 27/12/2015.

PONTES<sup>1</sup>, RENATA LOPES JAGUARIBE; FILHO<sup>1</sup>, JOSÉ AIRES DE CASTRO. **O uso do blog como ferramenta de ensino-aprendizagem por professores participantes do Projeto Um Computador por Aluno (UCA)**. 2011. Disponível em: <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/materiais/0000016590.pdf>. Acesso em: 07/10/2015.

PUERTA, A. A.<sup>1</sup>; AMARAL, R. M.<sup>2</sup>. **Comparação da educação presencial com a educação à distância através de uma pesquisa aplicada**. 2008. Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/snbu2008/anais/site/pdfs/2866.pdf>. Acesso em: 23/12/2015.

RAMOS, NINA. **Ensino a distância ainda está em estágio infantil no Brasil**. 2014. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/educacao/2014-07-29/ensino-a-distancia-ainda-esta-em-estagio-infantil-no-brasil-diz-pesquisador.html>. Acesso em: 21/12/2015.

RIBEIRO, ELVIA NUNES; MENDONÇA, GILDA AQUINO DE ARAÚJO; MENDONÇA, ALZINO FURTADO DE. **A importância dos ambientes virtuais de aprendizagem na busca de novos domínios da EAD**. 2007. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2007/tc/4162007104526AM.pdf>. Acesso em: 23/10/2015.

ROCHA, ANDERSON JACOB. **Design do material didático para educação on-line – guia de estudo**. 2007. Disponível em: [http://www.aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php?file=%2F139342%2Fmod\\_resource%2Fcontent%2F1%2Fmodelo%202%20designer%20de%20material%20EAD.pdf](http://www.aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php?file=%2F139342%2Fmod_resource%2Fcontent%2F1%2Fmodelo%202%20designer%20de%20material%20EAD.pdf). Acesso em: 24/12/2015.

RUMBLE, GREVILLE. **A gestão dos sistemas de ensino a distância**. Trad. De Marília Fonseca. Brasília: Unesco. 2003.

SANTOS, DANIEL. **Os pontos positivos e negativos das redes sociais**. 2014. Disponível em: [http://www.maxpressnet.com.br/Conteudo/1,670495,Os\\_pontos\\_positivos\\_e\\_negativos\\_das\\_redes\\_sociais,670495,3.htm](http://www.maxpressnet.com.br/Conteudo/1,670495,Os_pontos_positivos_e_negativos_das_redes_sociais,670495,3.htm). Acesso em: 21/01/2016.

SCHLOSSER1, REJANE LEAL. **A atuação dos tutores nos cursos de educação a distância**. 2010. Disponível em: <http://pead.ucpel.tche.br/revistas/index.php/colabora/article/viewFile/128/112>. Acesso em: 26/12/2015.

SEED – SECRETARIA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **Referenciais de qualidade para educação superior a distância**. 2007. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/refead1.pdf>. Acesso em: 23/10/2015.

SEMESP – SINDICATO DAS MANTENEDORAS DE ENSINO SUPERIOR. Disponível em: **Mapa do Ensino Superior no Brasil**. 2015. <http://convergenciacom.net/pdf/mapa-ensino-superior-brasil-2015.pdf>. Acesso em: 11/06/2016.

SENAC. **Aprendizagem Profissional Comercial em Serviços Administrativos**. Disponível em: <http://www.EAD.senac.br/programa-de-aprendizagem/aprendizagem-profissional-comercial-em-servicos-administrativos/#aba3>. Acesso em: 26/12/2015.

SILVA, ARI GONÇALVES; ANDRADE, LUCI CARLOS; SILVA, MILENE BARTOLOMEI. **Educação a distância: as novas tecnologias e o papel do tutor na perspectiva da construção do conhecimento**. 2011. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2011/cd/46.pdf>. Acesso em: 21/10/2015.

SILVA, FÁBIO NAZARENO MACHADO DA. **Fatores antecedentes da satisfação do aluno e do uso de sistemas virtuais de aprendizagem**. 2013. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/10494/Machado-da-Silva,%20F.N%3B%20Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Mestrado%20FGV.pdf?sequence=1>. Acesso em: 24/12/2015.

SOUZA, ANA CLARA APARECIDA ALVES DE; MORAES, IRACI OLIVEIRA DE; CORDEIRO, RAFAELA ALMEIDA; RIOS, JOSÉ RIVERSON ARAÚJO CYSNE. **Vídeos do YouTube como ferramenta didática no ensino superior de Publicidade e Propaganda.** 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0720-1.pdf>. Acesso em: 18/12/2015.

SOUZA, JOSÉ DOS SANTOS. **Trabalho, juventude e qualificação profissional: a pedagogia da hegemonia das políticas de inclusão de jovens no Brasil.** 2009. Disponível em: <http://www.humanas.ufpr.br/site/evento/SociologiaPolitica/GTs-ONLINE/GT5%20online/Eixoll/trabalho-juventude-JoseSouza.pdf>. Acesso em: 11/06/2016.

SPANHOL, GREICY KELLI; SPANHOL, FERNANDO JOSÉ (Dr.). **Processo de produção de vídeo aula.** 2009. Disponível em: [www.seer.ufrgs.br/renote/article/download/13903/7812](http://www.seer.ufrgs.br/renote/article/download/13903/7812). Acesso em: 13/06/2016.

TEIXEIRA, RICARDO FRANCO; SANTINI, FERNANDO ROBERTO; GULLACI, LUIZ HENRIQUE MOREIRA; LIMA, MIGUEL. **Gestão e planejamento de marketing.** Rio de Janeiro: FGV Editora. 2012.

TESSARO, NELIVA TEREZINHA. 2012. **Avaliação da eficácia dos cursos tecnológicos realizados em Educação a Distância para o desenvolvimento de carreira profissional.** Disponível em: <http://sistemas.lactec.org.br/mestrado/dissertacoes/arquivos/NelivaTessaro.pdf>. Acesso em: 03/04/2016.

TESTA, ANA GABRIELA DE BRITO; KOBAYASH, MARIA DO CARMO MONTEIRO. **Projetos e práticas de formação de professores comunicação científica.** 2007. Disponível em: [www.unesp.br/prograd/ixcepfe/Arquivos%202007/8eixo.pdf](http://www.unesp.br/prograd/ixcepfe/Arquivos%202007/8eixo.pdf). Acesso em: 01/03/2016.

TORI, ROMERO. **Tecnologias interativas na redução de distância em educação: taxonomia da mídia e linguagem de modelagem.** 2003. Disponível em: [http://stoa.usp.br/fap0459/files/1073/6045/TORI-tese-Tecnologias\\_Interativas\\_na\\_Educacao.pdf](http://stoa.usp.br/fap0459/files/1073/6045/TORI-tese-Tecnologias_Interativas_na_Educacao.pdf). Acesso em: 15/12/2015.

TORI, ROMERO. **Educação sem distância: as tecnologias interativas na redução de distâncias em ensino e aprendizagem.** São Paulo. Editora Senac. 2010.

VIANNEY, JOÃO (ORG.). **A educação superior virtual na América Latina e no Caribe.** Curitiba: Unesco IESALC. 2005.

VIDAL, ODALÉA FEITOSA; SILVA, MARIA MARINHO DA. **O tutor na educação a distância: contribuições da motivação para a aprendizagem online.** 2010. Disponível em: <http://dmd2.webfactional.com/media/anais/O-TUTOR-NA-EDUCACAO-A-DISTANCIA-CONTRIBUICOES-DA-MOTIVACAO-PARA-A-APRENDIZAGEM-ONLINE.pdf>. Acesso em: 22/12/2015.

VIEIRA, LEOCILÉA APARECIDA. **Entre o real e o virtual: a educação a distância (EAD) como espaço para o educar (aprender e ensinar) pela pesquisa.** 2014. Disponível em: [http://www.pucsp.br/gepi/downloads/RESUMO\\_DISSERTACOES\\_GEPI/2011\\_TESE\\_LEOCILEA.pdf](http://www.pucsp.br/gepi/downloads/RESUMO_DISSERTACOES_GEPI/2011_TESE_LEOCILEA.pdf). Acesso em: 22/11/2015.

WERHMULLER, CLAUDIA MIYUKI; SILVEIRA, ISMAR FRANGO. **A aprendizagem informal dentro das redes sociais.** Disponível em: <http://revistapos.Cruzeiro dosul.edu.br/index.php/epd/article/viewFile/457/380>. Acesso em: 12/12/2015.

XAVIER, GLEY FABIANO CARDOSO. **Metodologia Spider Uma proposta basEADa em padrões de metadados educacionais para planejamento e gestão de cursos.** 2005. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2005/por/pdf/107tce3.pdf>. Acesso em: 17/10/2015.

XAVIER, GLEY FABIANO CARDOSO. **Planejamento, criação e gestão de cursos a distância ou semipresenciais.** 2009. [http://www.humus.com.br/down/gley\\_24e25\\_4.pdf](http://www.humus.com.br/down/gley_24e25_4.pdf). Acesso em: 17/10/2015.



ANEXO 1 – PÁGINA DA INTERNET TECLACURSOS.COM.BR

**teclacursos**

Página inicial Cursos Blog Busca  Pesquisar Como funciona Fale conosco

**Sala de aula**  
E-mail:   
Senha:   
  
esqueci minha senha

**Institucional**  
Sobre a empresa  
Política de privacidade  
Recursos metodológicos  
Trabalhe conosco

**Ajuda**  
Perguntas Frequentes  
Formas de pagamento  
Fale Conosco  
Blog

**Newsletter**  
Cadastre-se e receba informações sobre novidades e promoções.  
E-mail:

**Redes Sociais**

**CURSOS ONLINE GRÁTIS COM CERTIFICADO**

 <b>Marketing Pessoal</b> Carga horária: 20 horas Valor: R\$ 0,00 <input type="button" value="Veja mais..."/>	 <b>Plano de negócios</b> Carga horária: 20 horas Valor: R\$ 0,00 <input type="button" value="Veja mais..."/>	 <b>Vendas</b> Carga horária: 20 horas Valor: R\$ 0,00 <input type="button" value="Veja mais..."/>	 <b>Folha de Pagamento</b> Carga horária: 15 horas Valor: R\$ 0,00 <input type="button" value="Veja mais..."/>
---	---	--	--

**Últimas Notícias**

**Institucional**  
Sobre a empresa  
Política de privacidade  
Recursos metodológicos  
Trabalhe conosco

**Ajuda**  
Perguntas frequentes  
Formas de pagamento  
Tutoriais  
Fale conosco

**Redes Sociais**  
Twitter  
Facebook  
Flickr  
Youtube

**Serviços**  
Cursos  
Notícias  
Blog  
Soluções Corporativas

## ANEXO 2 – AVALIAÇÃO DO CURSO DE FOLHA DE PAGAMENTO

### ANEXO 2 – AVALIAÇÃO DE FOLHA DE PAGAMENTO

#### 1. (UEG) Estão sujeitos à contribuição devida a terceiros, entre outros, os(as):

- a) empresas de difusão cultural e artística.
- b) conselhos de profissões regulamentadas.
- c) instituições públicas de ensino de qualquer grau.
- d) agências reguladoras de atividades econômicas.
- e) embaixadas e consulados.

#### 2. (CFC) Uma Sociedade Empresária apresentou os seguintes dados, extraídos da folha de pagamento do mês de agosto de 2014:

Imposto de Renda Retido na Fonte dos Funcionários	R\$ 5.500,00
Horas Extras	R\$ 4.800,00
Contribuição Previdenciária dos Funcionários	R\$ 7.200,00
Contribuição Previdenciária – Patronal	R\$ 23.168,00
Salário – Família	R\$ 380,00
Salário – Maternidade	R\$ 1.200,00
Salário – Base dos Funcionários	R\$ 85.000,00
FGTS	R\$ 7.184,00
Vale – Transporte por parte dos funcionários	R\$ 1.600,00
Vale – Transporte por parte da empresa	R\$ 4.500,00

Considerando-se apenas os dados acima, o valor total da despesa do mês de agosto de 2014 corresponde a:

- a) R\$124.652,40.
- b) R\$127.832,40.
- c) R\$131.752,40
- d) R\$133.432,40.

#### 3. (Receita Federal) Da folha de pagamento da Cia. Trudes foram extraídos os dados abaixo:

Salários Brutos	R\$ 400.000,00
Imposto de Renda Retido na Fonte da Pessoa Física	R\$ 3.400,00
INSS Retido	R\$ 6.000,00
Salário Família	R\$ 1.500,00
FGTS	R\$ 32.000,00
Contribuição Patronal INSS	R\$ 40.000,00
Auxílio Maternidade	R\$ 2.500,00

Tomando como base apenas os dados fornecidos, pode-se afirmar que o total a ser apropriado como Despesas de Período é:

- a) R\$476.000.
- b) R\$472.000.
- c) R\$436.600.
- d) R\$400.000.
- e) R\$394.600.

**4. (Receita Federal) A empresa Trudes Infotec apura sobre sua folha de pagamentos administrativa de R\$ 100.000,00 o total de 20% de INSS, correspondente a 12% de contribuição da parcela de responsabilidade da empresa e 8% da parcela do empregado. A empresa efetuou a contabilização de R\$ 20.000,00 como despesa de INSS no resultado. Ao fazer a conciliação da conta, deve o contador:**

- a) considerar o lançamento correto, uma vez que a folha refere-se a despesas administrativas.
- b) estornar da despesa o valor de R\$ 8.000,00, lançando a débito da conta salários a pagar.
- c) reverter da despesa o valor de R\$ 12.000,00, lançando contra a conta de INSS a recolher.
- d) reconhecer mais R\$ 8.000,00 a débito de despesa de INSS pertinente a parcela do empregado.
- e) lançar um complemento de R\$ 12.000,00 a crédito da conta salários a pagar.

**5. (CFC) Uma determinada sociedade empresária apresentou os seguintes dados extraídos da folha de pagamento:**

EMPREGADOS	SALÁRIO MENSAL
Empregado A	R\$ 1.500,00
Empregado B	R\$ 1.200,00

Foi solicitado que a empresa elaborasse as demonstrações contábeis para janeiro de 2015. Considerando os dados da folha de pagamento e a premissa de que o percentual total dos Encargos Sociais é de 20%, em janeiro de 2014, a empresa deverá registrar um gasto total com o 13º Salário e Encargos Sociais no montante de:

- a) R\$ 112,50.
- b) R\$ 225,00.
- c) R\$ 270,00.
- d) R\$ 540,00.

**6. (CFC) Uma empresa elaborou folha de pagamento, que será paga até o quinto dia do mês subsequente, e enviou para ser contabilizada. A folha continha os seguintes dados:**

DESCRIÇÃO	VALOR
Remuneração dos empregados	R\$ 100.000,00
INSS retido dos segurados	R\$ 11.000,00
INSS patronal	R\$ 20.000,00

A contabilização dessa folha resultará em um aumento no Passivo no valor de:

Parte superior do formulário

- a) R\$100.000,00.
- b) R\$109.000,00.
- c) R\$120.000,00.
- d) R\$131.000,00.

**7. (CESPE/UnB – TRE/ES) Em novembro de 2010, um técnico em contabilidade apurou a folha de pagamento de determinada empresa, conforme a tabela abaixo. No entanto, ele deixou de registrar a despesa mensal de salário dos empregados, cujo pagamento ocorrerá até o quinto dia útil do mês seguinte.**

	R\$
Salário dos empregados	
Adiantamento a empregados – salários	R\$ 100.000,00
Encargos com o FGTS	R\$ 25.000,00
Encargos com o FGTS a recolher	R\$ 25.000,00
Encargos previdenciários	R\$ 75.000,00
Encargos previdenciários a recolher	R\$ 110.000,00
Imposto de renda retido na fonte a recolher	R\$ 7.000,00
Salários a pagar	R\$ 158.000,00

Nessa situação, para completar a contabilização, deverá ser lançado o valor de R\$ 400.000,00 como despesa de salário do mês de novembro de 2010.

- Certo
- Errado

## ANEXO 3 – AVALIAÇÃO DE MARKETING PESSOAL

### **1. Com relação aos efeitos de uma comunicação verbal, é necessário considerar:**

- a. O que você irá falar (conteúdo), adequação respiratória, aquecimento vocal e postura corporal.
- b. Decorar tudo o que tem a falar, o importante é falar bem.
- c. Falar sempre em tom audível, para que as pessoas possam escutar o que você tem a dizer.
- d. Manter uma postura ereta e ficar sempre em uma mesma posição, assim, a sua audiência ficará mais atenta.
- e. Todas as alternativas estão corretas.

### **2. A assertividade é uma atitude muito apreciada, principalmente nos dias atuais, devido às seguintes características:**

- I. É a arte de defender o seu espaço vital, sem recuar e sem agredir.
  - II. É essencial em vendas, atendimento a clientes, negociação com fornecedores e relações pessoais.
  - III. Um indivíduo assertivo é capaz de dizer “sim” ou “não” quando necessário e adequado, expressando aquilo que sente.
  - IV. Se você não tem um grau de assertividade positivo, é possível aprender.
  - V. Para ser assertivo, o indivíduo não pode deixar os outros invadirem seu espaço.
- b. Todas as afirmativas estão erradas.
  - c. Estão corretas apenas as afirmativas I, II, III e IV.
  - d. Estão corretas apenas as afirmativas I, III e IV.
  - e. Estão corretas apenas as afirmativas I, II e V.

### **3. Quanto ao uso da comunicação verbal e não verbal nas empresas, podemos afirmar que:**

- a. A comunicação verbal é mais eficiente, uma vez que o que está escrito não se discute.
- b. A comunicação não verbal é uma auxiliadora da comunicação verbal.

- c. A comunicação verbal é a mais importante, porque trabalha com a norma culta.
- d. O casamento entre elas é que possibilitará o sucesso da comunicação.
- e. A comunicação não verbal é a mais importante, porque no processo de comunicação são as pessoas que aparecem.

**4. Qual a postura correta para nos apresentar e construir uma boa estratégia da imagem pessoal?**

- a. Preocupação com a comunicação, ser claro, ter credibilidade, saber ouvir as pessoas.
- b. Ter convicção nas suas proposições, ter domínio da língua nativa, contestar sem perder a elegância.
- c. Saber a diferença entre autovalorização e arrogância, saber lidar com a inteligência emocional, ser ético.
- d. Todas as alternativas estão corretas.
- e. As alternativas B e C estão corretas.

**5. Qual a postura correta para se apresentar em uma entrevista de emprego?**

- a. Sempre se apresentar totalmente formal, pois o aspecto externo é o primeiro que observamos. Vale a história: talvez você não tenha a oportunidade de causar uma primeira boa impressão. Não se esquecer de levar o currículo impresso.
- b. Apresentar-se de modo impecável. Optar por peças em tons neutros, bem passadas e limpas, mas não deixar que a sua aparência chame mais atenção que o seu discurso. Prestar muita atenção ao que falam a você e não atropelar os outros com a sua fala.
- c. Não chegar atrasado, porque irá passar a impressão de você não tem o hábito de se planejar e, para alguns, isso indica falta de respeito. Ter gestual coerente, receptivo e espontâneo, uma atitude de respeito perante o ouvinte, uma expressão facial serena e sorridente.
- d. Somente as alternativas A e B estão corretas.
- e. Somente as alternativas B e C estão corretas.

**6. A abordagem sistêmica na solução de problemas utiliza uma orientação sistêmica para definir problemas e oportunidades e criar soluções. O estudo de um problema e a formulação de uma solução envolve atividades inter-**

**relacionadas. Portanto, como é possível descobrir quais são os fatores críticos de sucesso?**

- a. Tendo uma postura resiliente e Dando aos problemas a dimensão que efetivamente devem ter. Sendo flexível nos acordos, tolerante nas decisões e paciente para obter as respostas.
- b. Planejando minha carreira e adotando o marketing pessoal.
- c. Desenvolvendo espírito de equipe, porque, afinal, ninguém faz sucesso sozinho e o marketing pessoal é essencial na vida de qualquer pessoa ou profissional que tenha pretensões sérias de reconhecimento pessoal e financeiro no mercado em que atua.
- d. Fazendo perguntas, como, por exemplo: quais são os fatores que me fazem ser uma pessoa singular? Que fatores em minha ambição pessoal são decisivos para o meu bem-estar e sucesso pessoal? Quais são as minhas competências mais importantes?
- e. Criando um currículo gravado em vídeo de, no máximo, dois minutos.

## ANEXO 4 – AVALIAÇÃO DE PLANO DE NEGÓCIOS

### **1. Um objetivo que é específico dentro de um plano de negócios, indica:**

- a. Quando os concorrentes podem lançar produtos.
- b. Quais metas devem ser eliminadas.
- c. O tempo de sua execução.
- d. Localização da empresa.
- e. Quem é responsável por redefinir a missão.

### **2. A construção de um plano de negócios é uma forma segura de conhecer os aspectos essenciais que podem levar ao sucesso ou ao fracasso da empresa. Para se aperfeiçoar você se inscreveu em um workshop sobre plano de negócios. Na atividade prática, você percebeu que seu colega está com dificuldade em elaborar o plano. O que você faz?**

- a. Assim que acabar a aula do workshop, você pede para que o colega ao lado auxilie-o com a dificuldade.
- b. É uma pequena dificuldade, sabe que ele vai superar sozinho.
- c. Chama seu colega, ao fim da aula, diz que notou sua dificuldade e pergunta se pode ajudar em alguma coisa.
- d. Com o tempo e a prática, você crê que ele adquirirá habilidades para suprir a falha.
- e. Conversa com o seu colega, expondo que percebeu a dificuldade dele, portanto, irá ajuda-lo.

### **3. O fluxo de caixa é um instrumento que tem como objetivo básico, a proteção das entradas (receitas) e saídas (custos, despesas e investimentos) de recursos financeiros por um determinado período de tempo. Analisando as despesas e custos da empresa nos últimos tempos, você nota um problema: os dados não batem e você desconfia de um desfalque. O que você faz?**

- a. Passa a informação a quem poderá resolver.
- b. Pede uma reunião com seu supervisor e expõe sua desconfiança.
- c. Enquanto o problema não chegar ao seu setor, não toma nenhuma atitude, pois não se sente responsável por isso.
- d. Pensa em refazer as contas, mas, tem certo receio de você.



- e. Antes de dizer qualquer coisa, espera um tempo para ver se a situação muda, afinal, pode ter sido um erro de cálculo.
- 4. Em cada uma das diferentes variedades de planos de negócios, o plano retrata a situação específica que pretende traduzir e terá maior ênfase em alguns dos seus componentes. Seu chefe pediu que você fizesse um plano de negócios completo para enviar aos investidores da empresa. Ciente que esta atividade pode lhe dar trabalho, pediu que um funcionário te ajudasse. Como você reage?**
- a. Não vê problema em fazer o plano com o funcionário.
  - b. Desenvolve o plano de negócios com outro funcionário e percebe que apesar de trabalhoso, é possível que o resultado seja melhor.
  - c. Prefere montar o plano sozinho, assim, talvez, termine mais rápido.
  - d. Acha mais produtivo dividir o trabalho e ao final você revisa o plano.
- 5. Um plano de negócios deve envolver: estratégia competitiva, mercado, marca, entre outros fatores. O dono da empresa pediu que seu colega desenvolvesse o plano de negócio da divulgação interna dos sócios. Durante o desenvolvimento do trabalho, você observou que ele está com dificuldade em lidar com a estratégia competitiva da empresa. O que você faz?**
- a. Conversa com seu colega, expondo que percebeu a dificuldade dele, e que vai ajudá-lo.
  - b. Procura por alguém que possa ajuda-lo a desenvolver o trabalho.
  - c. Espera que procure, afinal, seu colega sabe que ele tem um problema.
  - d. Espera que ele fale sobre a dificuldade, assim você se prontificará a ajuda-lo.
  - e. Compreende a dificuldade do seu colega, e procura se organizar para ajuda-lo.
- 6. A área de marketing é responsável por realizar os objetivos de uma organização, prevendo as necessidades do cliente, dirigindo o fluxo de bens e serviços para satisfação dessas necessidades. Alguns funcionários do setor de marketing de sua empresa entraram em greve. Como você age?**
- a. Converso com meu diretor para juntos encontrarmos uma maneira de resolver a situação.

- b. Analiso a situação e faço um planejamento de como agir.
- c. Entro em contato com o sindicato da categoria e peço ajuda para resolver a situação.
- d. Converso com todos os meus funcionários para saber o motivo da paralisação.
- e. Estimulo os funcionários a falarem sobre o problema.

**7. Ao escrever um plano de negócios deve-se ter cuidado redobrado com o seu conteúdo, a fim de que não contenha números muito fantasiosos ou fora da realidade. Pior do que planejar é realizar essa função de maneira errada e foi justamente o que aconteceu com a sua empresa: vocês acabaram perdendo alguns clientes ao esquecer-se de mencionar o ponto principal do plano: a estratégia competitiva. O que você faz?**

- a. Toma as decisões do processo sozinho, arriscando você e empresa.
- b. Pede a seu sócio que decida por você o que fazer.
- c. Contrata uma empresa de consultoria para resolver a situação.
- d. Considera pequena a perda desses clientes, e acredita que daqui a um tempo a empresa se estabiliza novamente.
- e. Pede uma reunião com a equipe de direção, para juntos decidirem o que fazer.

**8. Uma missão organizacional:**

- a. Oferece informações acerca dos procedimentos operacionais da empresa.
- b. Reflete os resultados da análise do ambiente.
- c. Representa o empresário.
- d. Representa o credo do comportamento para os membros da organização.
- e. Geralmente entra em conflito com as metas da organização.

**9. Estabelecer a missão organizacional é parte fundamental da tarefa da administração por que:**

- a. Ajuda a concentrar esforços em uma direção comum.
- b. Substitui o caixa.
- c. Elimina a necessidade de planos operacionais detalhados.
- d. Oferece um direcionamento para a conduta ética.
- e. Substitui com frequência o plano estratégico.

## ANEXO 5 – AVALIAÇÃO DE VENDAS

### Avaliação de Vendas

- 1. As objeções são como alertas, que avisam que algum problema precisa ser resolvido ou repensado de modo a aumentar o rendimento. Durante a realização de uma venda você sente dificuldades em lidar com objeções. O que você faz?**
  - a. Evito pedir ajuda.
  - b. Posso pedir ajuda caso precisar.
  - c. O trabalho em conjunto sempre gera qualidade e satisfação profissional.
  - d. Tento lidar sozinho com a situação, mas se preciso peço ajuda também.
  - e. Não tenho problemas em trabalhar em conjunto e peço ajuda.
  
- 2. Quais a(s) maneira(s) mais eficaz(es) de conquistar a atenção do cliente durante uma venda?**
  - a. Utilizar frases e /ou atitudes curiosas.
  - b. Fazer perguntas cujas respostas sejam curtas.
  - c. Ser criativo.
  - d. Ser ousado.
  - e. Todas as alternativas estão corretas.
  
- 3. Você como vendedor de produtos de beleza realiza visitas domiciliares aos seus clientes e para cada cliente uma ficha com dados básicos. Durante as visitas você:**
  - a. Conversa com o cliente sobre suas necessidades e divulga os produtos de forma eficaz, adaptando e adequando seu estilo ao ouvinte.
  - b. Não interajo muito com o cliente, apenas entrego um catálogo com a descrição de todos os produtos.
  - c. É tímido e se atrapalha nas relações sociais.
  - d. Estabelece com rapidez relações úteis e duradouras com diversas pessoas.
  - e. Demoro um tempo para formar relações com os outros.

**4. A ousadia é uma característica que depende de sua capacidade de ser flexível na obtenção de uma meta. Durante uma feira de cosméticos você fará divulgação de seus produtos para pele. Como você age?**

- a. Sou tímido e demoro em criar vínculos com outras pessoas.
- b. Demoro em formar relações com os outros.
- c. Divulgo os produtos de forma eficaz, adaptando e adequando as necessidades dos clientes.
- d. Construo relações rápidas e duradouras com qualquer pessoa.
- e. Tenho dificuldade em interagir com os clientes, passo um vídeo descritivo dos produtos.

**5. Três fatores são fundamentais na preparação para vender, são eles: capacitação técnica, confiança nos produtos e estar no estado emocional ideal para vender. Durante o dia de trabalho você nota que a abordagem do seu colega na oferta do produto não está chamando a atenção do cliente, e o mesmo está perdendo vendas. O que você faz?**

- a. Não tenho problemas em trabalhar em conjunto e ofereço ajuda.
- b. O trabalho em equipe sempre gera mais qualidade e satisfação profissional e pessoal.
- c. Deixa que ele se vire sozinho.
- d. Posso eventualmente ajudá-lo.
- e. Percebo quando alguém está em circunstâncias difíceis.

**6. Dentre as formas de vencer a Síndrome de falta de Clientes (SFC) podemos citar:**

- a. Vender várias vezes aos mesmos clientes.
- b. Criar novos clientes para sua carteira de clientes.
- c. Vender para vários clientes ao mesmo tempo.
- d. Vender para a maior quantidade de clientes sem manter vínculos.
- e. NDA.

**7. Em vendas diretas o desafio é grande. Como um desafio pense no perfume que mais gosta, agora você tem 30 minutos para sair na rua e vender esse produto. O que você faz?**

- a. Não interajo muito bem cara a cara com o cliente.
- b. Minha timidez me impede de criar relações facilmente.
- c. Demoro em me relacionar com outras pessoas.
- d. Divulgo meu produto de forma eficaz, adequando e adaptando meu estilo ao ouvinte.
- e. Tenho facilidade em criar vínculos com outras pessoas.

**8. Um dos fatores mais importantes para o sucesso de uma empresa?**

- a. Conceito de Marketing
- b. Conceito Administrativo
- c. Conceito de Valor
- d. Conceito de Vendas
- e. NDA

**9. O Brasil possui um dos maiores mercados de vendas, perdendo somente para dois países, sendo:**

- a. Japão e Canadá
- b. Japão e Estados Unidos
- c. Estados Unidos e França
- d. Estados Unidos e Inglaterra
- e. NDA

**10. Qual a ferramenta importante na apresentação de vendas?**

- a. A demonstração
- b. A sinceridade
- c. O comprometimento
- d. A fidelidade
- e. NDA