

Campus São Cristóvão

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE - IFS

**CARTILHA
INFORMATIVA**

2024

**“Anne, o IFS e o SIGAA:
Desafios de uma experiência
em construção”**

**Murilo Barbosa Santos
Emerson Cleister Lima Muniz**

CARTILHA INFORMATIVA

**“Anne, o IFS e o SIGAA:
Desafios de uma experiência
em construção”**

São Cristóvão
2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Dados Internacionais da Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

S237a Santos, Murilo Barbosa.
Anne, o IFS e o SIGAA [Cartilha eletrônica] : desafios de uma experiência em construção. / Murilo Barbosa Santos, Emerson Cleister Lima Muniz. -- 1 ed. -- São Cristóvão, SE: Ed. dos Autores, 2024. PDF
30 p. : il. ; color.

ISBN: 978-65-01-37391-1

1. Customer Knowledge Management – CKM. 2. SIGAA. 3. Gestão do conhecimento. 4. Mapa da experiência do cliente. 5. Instituto Federal de Sergipe (IFS). I. Muniz, Emerson Cleister Lima, II. Título.

CDU 005:004 (813.7)
CDD 004

Índices para catálogos sistemáticos

1 Marcas e produtos: Cartilhas: Administração de empresas 658

Geocelly Oliveira Gambardella - Bibliotecária (CRB-5 / 1815)

REITORA DO IFS

- Prof^a. Dr^a. Ruth Salles Gama de Andrade

PRÓ-REITOR DE ENSINO

- Prof. Alysson Santos Barreto

DIRETOR GERAL DO CAMPUS SÃO CRISTÓVÃO

- Prof. Dr. Marco Arlindo Amorim M. Neri

DIRETOR DE ENSINO

- Prof. Afram Domingos S. Meneses

GERENTE DE ENSINO

- Prof. Bruno Sales de Oliveira

CONTEUDISTA/ELABORAÇÃO

- Murilo Barbosa Santos

ORIENTAÇÃO/REVISÃO

- Emerson Cleister Lima Muniz

*Esta cartilha é o produto final da
Dissertação de Mestrado profissional
intitulada “Jornada Experiência de uso do
Sistema SIGAA pelos alunos ingressantes
do Instituto Federal de Sergipe, campus
São Cristóvão: Um produto editorial à luz
da Gestão do Conhecimento do Cliente”,
elaborada pelo
Msc. Murilo Barbosa Santos sob
orientação do Prof. Dr. Emerson Cleister
Lima Muniz do Programa de Pós-
Graduação em Ciência da Informação
(PPGCI) da Universidade Federal de
Sergipe - UFS*

SUMÁRIO

- **1 - APRESENTAÇÃO**
- **2 - GLOSSÁRIO**
- **3 - SOCIODEMOGRAFIA DOS ALUNOS INGRESSANTES DO IFS**
- **4 - ANNE E SUAS CARACTERÍSTICAS**
- **5 - O MAPA DA JORNADA DA EXPERIÊNCIA DA ANNE**
- **6 - FASE 1 - “ANTES DO CONTATO”**
 - **6.1 - Proposição de Melhorias na Fase 1**
- **7 - FASE 2 - “1º CONTATO”**
 - **7.1 - Proposição de Melhorias na Fase 2**
- **8 - FASE 3 - “CONTATO CONTINUO (06 MESES INICIAIS DO CURSO)”**
 - **8.1 - Proposição de Melhorias na Fase 3**
- **9 - CONSIDERAÇÕES FINAIS**
- **10- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

1 APRESENTAÇÃO

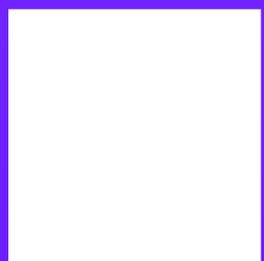
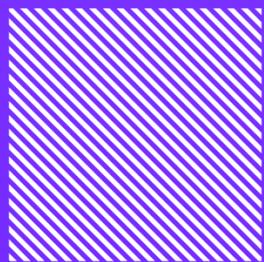
A cartilha apresenta um conjunto de sugestões, propostas e ideias para auxiliar gestores do Instituto Federal de Sergipe - IFS, campus São Cristóvão, na busca por melhorias a serem implementadas no acesso e uso do Sistema de Gestão das Atividades Acadêmicas (SIGAA) usado pelos alunos do Ensino Médio Técnico Integrado.

Sua construção baseou-se em constructos teóricos como a “Gestão do Conhecimento do Cliente (Customer Knowledge Management - CKM)” e na “Gestão da Experiência do Cliente (Customer Experience Management - CXM)”. Para isto, conhecimentos dos alunos foram identificados, coletados, analisados e armazenados e destes processos, os conhecimentos contidos nesta cartilha foram estrutuados.

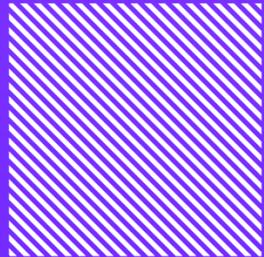
Dentre estes conhecimentos, destaca-se a definição de uma Persona que represente o aluno ingressante do Ensino Médio no IFS, chamada “Anne”, uma adolescente com diversos desafios a enfrentar em sua nova jornada acadêmica. Baseada em sua trajetória no IFS, iniciando com sua matrícula na instituição, foi possível construir o Mapa da Jornada da Experiência dela, permitindo assim a compreensão de suas experiências advindas do contato com o IFS e principalmente com o SIGAA.

o Mapa da Jornada da Experiência apresenta um conjunto rico de conhecimentos, que são essenciais para a gestão da instituição discutir e em cima disto, definir melhorias a implementar. A jornada da experiência da Anne abrange 03 principais fases definidas em: “Antes do primeiro contato com o SIGAA”, “O primeiro contato” e se estende até a fase final de “Contato Contínuo ao longos dos seis primeiros meses de curso”.

Para cada uma das três fases, esta cartilha expõe os pontos de contato que a Anne tem com o IFS e/ou SIGAA. E em cada um deles expõe-se principais dificuldades enfrentadas, expectativas dela, emoções sentidas, bem como traz os pontos fortes e fracos identificados e um conjunto de ideias e melhorias para cada um dos pontos.



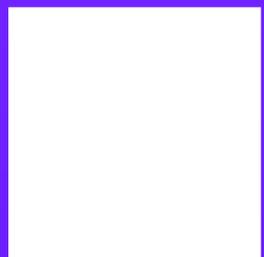
2 GLOSSÁRIO



Gestão do Conhecimento do Cliente



Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas



Gestão da Experiência do Cliente

Persona

Mapa da Experiência do Cliente

GESTÃO DO CONHECIMENTO DO CLIENTE

Em inglês, a Gestão do Conhecimento do Cliente é chamada de “**CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT - CKM**”. Ela é uma ramificação da Gestão do Conhecimento (Knowledge Management - KM) e vista como uma abordagem processual voltada a coleta, análise, disseminação e armazenamento de conhecimentos advindos dos clientes, ou seja, os conhecimentos que estão na mente dos clientes representados por suas experiências, relatos, opiniões e expectativas deles para com a empresa ou seus produtos/serviços/processos. Bem como conhecimentos mais explícitos obtidos por meio de transações diretas entre empresa/cliente como dados sociodemográficos, bancários dentre outros. Da análise destes conhecimentos empresas podem entregar novos conhecimentos aos clientes sobre seus produtos, a própria empresa etc.

SISTEMA INTEGRADO DE GESTÃO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS

O Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas é mais conhecido por sua sigla “SIGAA”. Trata-se de um sistema de gestão acadêmica usado em todos os campi dos Institutos Federais de Sergipe do Brasil. Ele conta com um conjunto de módulos e serviços destinados à comunidade acadêmica em geral (alunos, servidores e contratados dos institutos), sendo usado principalmente para diminuir o tempo de operação das atividades acadêmicas por meio de sua automação, reunindo em um único sistema as atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão desenvolvidas por todas as unidades (SOUZA; MONTEIRO, 2015)

GESTÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

A Gestão da Experiência do Cliente, deriva de seu nome original em inglês “CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT - CXM”. Trata-se de uma abordagem de gestão usado por diversas empresas ao redor do mundo com foco principal na gestão das experiências entregues aos clientes e vivenciadas nas interações com as empresas por meio de seus produtos, serviços e processos. A ideia desta gestão é coletar e analisar continuamente as experiências para gerar inovação em seus processos, serviços e produtos, de modo que sejam entregues experiências cada vez melhores aos clientes, agregando diretamente maior valor em suas interações com as empresas. Para isto, ela faz uso de diversas ferramentas e metodologias advindas de diversos campos do conhecimento científico (SCUSSEL, 2019).

PERSONA

A Persona é uma figura fictícia criada para representar um conjunto de clientes de uma dada empresa. No caso desta cartilha, ela representa a análise feita em cima dos alunos ingressantes do IFS.

De modo geral, elas permitem às empresas conhecerem melhor seu público-alvo, sendo possível identificar seus objetivos para com a empresa, características sociodemográficas, necessidades e padrões de comportamento, dentre outras informações (COOPER, 2004)

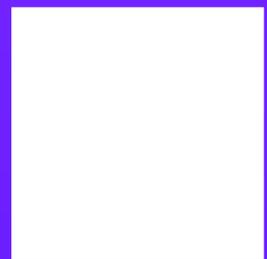
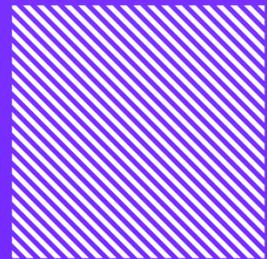
MAPA DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

O Mapa da Experiência do Cliente, mais conhecida por sua definição na língua inglesa como “**CUSTOMER JOURNEY MAPPING**” é uma representação gráfica que expõe todas interações vivenciadas por um cliente ou conjunto deles com uma dada empresa, produto ou mesmo serviço.

Estes mapas, além das interações podem trazer diversos conhecimentos sobre o cliente, principalmente aquilo que ele objetiva obter em cada uma das interações com a empresa, chamadas de ponto de contato. Ademais, pode-se inserir emoções sentidas por ele em cada um destes pontos, definir expectativas, dificuldades, pontos de atrito ou de atração dos clientes, dentre outros elementos.

Seu objetivo principal é expor, em uma só estrutura gráfica, os principais elementos que podem afetar, de modo direto ou indireto, a experiência do cliente. Assim, permite que as empresas analisem a experiência como um todo, formada por seus diversos pontos de contato, e consigam fazer com que seus colaboradores saibam os impactos de suas ações ao longo dela.

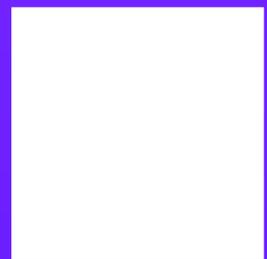
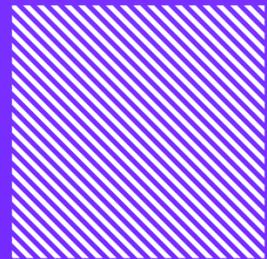
3 SOCIODEMOGRAFIA DOS ALUNOS INGRESSANTES DO IFS



FONTE: Elaborado pelos autores.



3 SOCIODEMOGRAFIA DOS ALUNOS INGRESSANTES DO IFS



Maioria dos alunos
acessam internet
apenas por
smartphone

Maioria deles vem de
escolas públicas

Gênero feminino é
predominante entre
os alunos

Renda familiar deles
usualmente é inferior
ou igual a um salário
mínimo

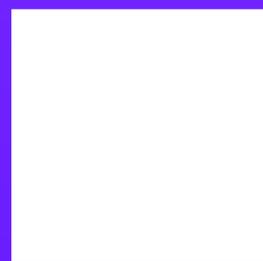
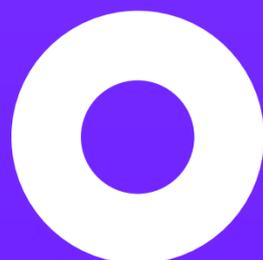
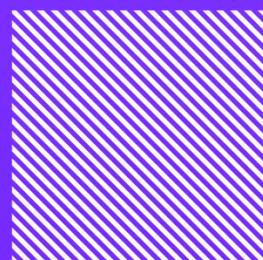
Eles têm pouco ou
nenhum
conhecimento em
informática

Em sua maioria são
menores de 18 anos e
moram em cidades
circuvizinhas ao
campus



4 ANNE E SUAS CARACTERÍSTICAS

Das análises dos conhecimentos coletados com os alunos e alguns deles expostos nas páginas 13 e 14, a Persona “ANNE” foi criada por auxílio da Inteligência Artificial (IA). Ela representa então o perfil dos alunos ingressantes do IFS.



ANNE			
SOCIODEMOGRAFIA Com 15 anos, natural da Barra dos Coqueiros, ela concluiu o ensino fundamental em escola pública. A renda familiar mensal declarada pela mãe da discente é na faixa de 1/2 salário mínimo, per capita.	O QUE DIZ! Ter pouco conhecimento em informática; Não ter conhecimento em sistemas; Só acessa internet pelo celular. O QUE FAZ! Dedica-se integralmente aos estudos.	O QUE PENSA! Que o novo ciclo será importantes para sua formação profissional. O QUE SENTE! Sente-se ansiosa e insegurança pelo novo mundo que se abre no IFS.	OBJETIVOS Cursar/concluir o ensino médio técnico profissionalizante Entrar no mercado de trabalho. Ser aprovada no ENEM. DIFICULDADES Adaptar-se ao modelo de ensino do IFS e às novas disciplinas; Conciliar vida estudantil com atividades do dia-a-dia



5 O MAPA DA JORNADA DA EXPERIÊNCIA DA ANNE

A jornada da experiência da Anne é composta por 03 fases principais, que possuem seus respectivos pontos de contato. As 03 fases são:



01

FASE 1 - “Antes do contato”

02

FASE 2 - “1º Contato”

03

FASE 3 - “Contato Continuo
(06 meses iniciais do curso)”



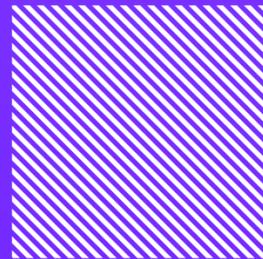
MAPA DA JORNADA DA EXPERIÊNCIA DE USO DO SISTEMA SIGAA - IFS, CAMPUS SÃO CRISTÓVÃO/SE

USUÁRIA: ANNE ROSE SILVA

IDADE: 15 ANOS

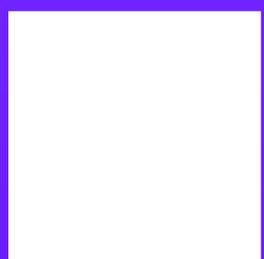
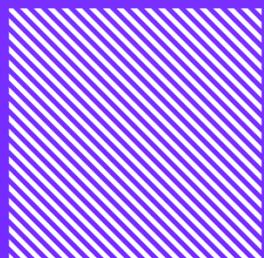
MUNICÍPIO: BARRA DOS COQUEIROS/SE

SÉRIE/CURSO: 1º ANO/MÉDIO TÉCNICO INTEGRADO EM AGROINDÚSTRIA



ETAPAS	FASE 1 - ANTES DO CONTATO			FASE 2 - 1º CONTATO			FASE 3 - CONTATO CONTÍNUO (06 meses iniciais do curso)		
PONTOS DE CONTATOS	CRE	Tutorial impresso	Celular da aluna	CRE	Computador da biblioteca do campus	Celular da aluna	Celular da aluna	Celular da aluna	Celular da aluna
OBJETIVOS DA ALUNA	Entregar documentação Efetivar matrícula	Encontrar orientações para o cadastro inicial	Encontrar orientações para o cadastro inicial	Buscar orientações para cadastro inicial	Fazer o cadastro inicial no SIGAA	Acessar o SIGAA e suas opções	Acessar atividades escolares	Acessar e usar outras opções do SIGAA	Consultar e emitir documentos digitais
DIFICULDADES		Não entende as instruções do tutorial		Pouco conhecimento em SIGAA	Baixo conhecimento em informática		Identificar qual plataforma está utilizando Interagir com professores pelo SIGAA	Pouco conhecimento em informática e SIGAA	Pouco conhecimento em informática e SIGAA
EXPECTATIVAS	Estar matriculada	Acessar o SIGAA	Descobrir qual o problema	Efetivar o cadastro no SIGAA	Conhecer o sistema, aumentar o conhecimento em SIGAA		Conseguir acessar as atividades das aulas no SIGAA	Conseguir acessar as demais opções do SIGAA	Ampliar conhecimento em informática e SIGAA
EMOÇÕES FELIZ 😄 ALEGRE 😊 NORMAL 😐 CONFUSO 😕 TRISTE 😞	😊	😐	😕	😐	😊	😕	😕	😕	😕
PONTOS POSITIVOS	Matrícula efetivada			Recebe orientação de como acessar o SIGAA	Consegue o primeiro acesso				
PONTOS NEGATIVOS	Checar o nível de conhecimento em informática do ingressante	Informações do tutorial incompletas				Acesso com dúvidas	Pouca interação	Confunde as plataformas	Usabilidade limitada
SUGESTÕES E IDEIAS	Passar orientações precisas aos alunos Checar o nível de conhecimento em informática do ingressante	Refazer o tutorial com informações precisas		Promover mini cursos de SIGAA para alunos	Permitir acesso de servidor ao portal discente	Promover treinamento aos líderes das turmas	Criar mecanismo de suporte aos alunos	Definir plataforma para atividades escolares	Implementar a biometria do aluno para acesso ao SIGAA

6 FASE 1 - “ANTES DO CONTATO”



Esta fase representa o momento que antecede todo processo de interação da Anne com o IFS e com o SIGAA. Em síntese, nesta fase é o ponto em que inicia-se o relacionamento dela com o campus pois ela passa a conhecer a instituição e a abertura de vagas para cursos do Ensino Médio por meio de amigos e familiares. Logo, Anne vê diante de si a oportunidade de ingressar em um dos cursos ofertados pelo IFS campus São Cristóvão.

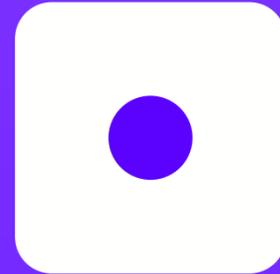
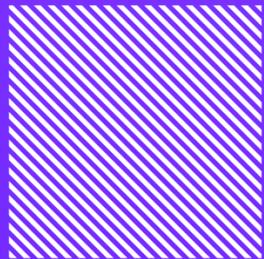
Assim, ela inscreve-se, ainda com a ajuda de amigos e familiares, no processo seletivo para o curso de Agroindústria aguardando ser uma das sorteadas nas vagas.

Ao ser sorteada, ela tem seu contato inicial com o IFS para realizar sua matrícula institucional representando seu primeiro ponto de contato (interação) com o IFS. Para isto, ela vai com seus responsáveis legais ao campus, apresenta-se na Coordenação de Registro Escolar - CRE e efetiva seu cadastro institucional

Nesta fase ela não tem interação direta com o SIGAA, pois recebe da CRE um tutorial impresso com orientações para realizar seu primeiro acesso e cadastro nele. Sendo esta ação realizada externamente ao campus São Cristóvão

6.1 PROPOSIÇÃO DE MELHORIAS NA

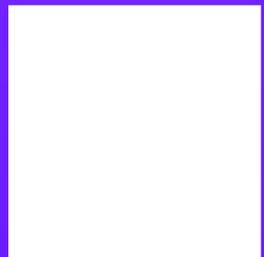
FASE 1



Identifica-se para esta fase a necessidade de diversificar e melhorar a forma de divulgação dos cursos ofertados no campus, propondo-se ampliar as visitas de representantes do IFS as escolas públicas de ensino fundamental das cidades circunvizinhas do IFS, Campus São Cristóvão



No momento da matrícula, propõe-se questionar o discente sobre seu nível de conhecimento em informática e em sistemas acadêmicos



Propõe-se revisar e editar o Tutorial Instrutivo entregue aos discentes pela CRE acerca do primeiro acesso ao SIGAA. Nele, pode-se incluir mais informações acerca de como acessar, por onde acessar, e os meios pelos quais o IFS pode ajudar o aluno nessa etapa. Assim como é válido registrar, em linguagem simples e de fácil compreensão quais ações são obrigatórias de serem feitas por eles para a real efetivação no SIGAA

7 FASE 2 - “1º CONTATO”

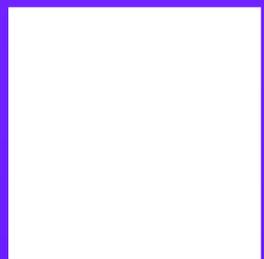
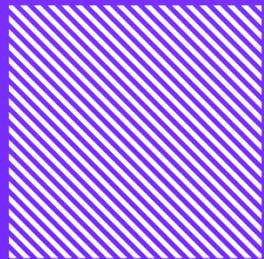


Aqui, Anne efetiva seu cadastro inicial no SIGAA, mas, descobre informações não passadas a ela na fase anterior ou que não estavam no Tutorial entregue. Ela descobre junto a secretaria do IFS, em seu primeiro dia letivo, que o primeiro acesso ao SIGAA só é feito em computadores. O que justifica o fato dela não ter conseguido fazer isto em casa pois seu único meio de acesso á internet é por smartphome. Descobre ainda que seu pouco conhecimento em informática e nenhum em sistemas acadêmicos se tornaria seu maior entrave para uso do SIGAA. Fazendo com que ela tenha dificuldades não apenas no acesso e uso mas, nas demais atividades estudantis em que o uso do SIGAA é necessário, como interagir com docentes, acessar material de aula etc.

Ela passa a ter diversas dúvidas e incoerências quanto ao uso do SIGAA pois nota que a rede do wi-fi do campus tem muita oscilação e seu principal meio de acesso a internet (smartphome) não será útil nesta empreitada diária. Com isto, ela demanda de ajuda contínua para realizar seus acessos, dependendo dos computadores da biblioteca ou laboratório do campus. Assim como do auxílio de servidores para encontrar aquilo que precisa no sistema. No mais, ela apresenta grande dúvida quanto às plataformas que usa em seu dia a dia, já que o campus usa SIGAA, Google Sala de Aula e o IFS Digital.

7.1 PROPOSIÇÃO DE MELHORIAS NA

FASE 2

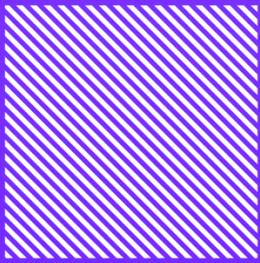


Para solucionar ou minimizar o pouco conhecimento da Anne no tocante à informática e sistema, sugere-se aos gestores criar e realizar minicursos de informática e SIGAA para novos alunos dos cursos do Ensino Médio logo na primeira semana letiva, por meio de um Seminário de Acolhimento, por exemplo.

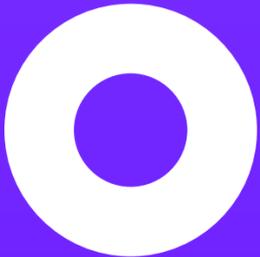
Propõe-se eleger monitores de turma, sendo estes os alunos que mais se destacaram no Seminário de Acolhimento para ser o suporte da turma nas questões de SIGAA e informática, sendo este bonificado com cursos externos ao IFS para melhor aprendizado

Liberar para os servidores administrativos voltados a área de Ensino a visualização no SIGAA do Portal Discente, podendo assim auxiliá-los melhor em suas dificuldades de acesso e uso

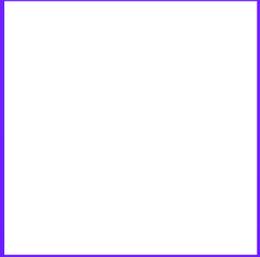
8 FASE 3 - “CONTATO CONTÍNUO”



Aqui, as carências e dificuldades da Anne ainda permanecem existindo e foram, de certo modo, agravadas com a greve dos servidores da educação do Governo F que durou 69 dias. E a amostra analisada para construção desta cartilha teve este impacto muito relatado.



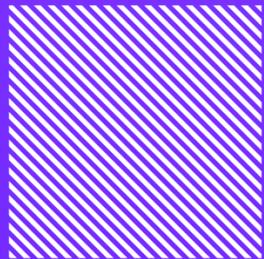
Nesta fase, Anne já consegue acessar SIGAA e suas maiores dificuldades estão concentradas em como navegar nos módulos do sistema e suas muitas opções disponíveis. Assim, ela ainda demanda muita ajuda de seus colegas de turma para conseguir encontrar o que deseja, como materiais de ensino disponibilizados pelos docentes, interagir nos chats e espaços virtuais com eles, e diversas outras atividades acadêmicas.



Um ponto agravante desta fase é a pluralidade de plataformas digitais que o IFS disponibiliza à comunidade discente/docente, ou seja, eles usam atualmente 03 delas: SIGAA, Google Sala de Aula e IFS Digital. Contudo, não há uma padronização, por parte do corpo docente, de qual plataforma usar para cada tipo de atividade acadêmica, ou seja, deixando Anne confusa e perdida, sem saber em qual plataforma está o conteúdo de uma dada disciplina, por exemplo. Isto gera, além das dificuldades já detectadas nas fases anteriores, a sensação de frustração.

8.1 PROPOSIÇÃO DE MELHORIAS NA

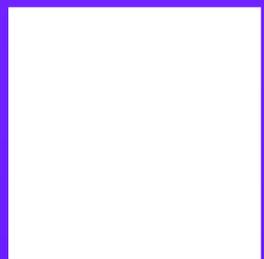
FASE 3



Propõe-se aos gestores padronizar a plataforma usada pelo corpo docente para cada tipo de atividade estudantil, pois, no momento, são usadas 02 das 03 plataformas disponibilizadas. Isto é nítido que gera confusão em Anne podendo impactar negativamente em seu desempenho escolar



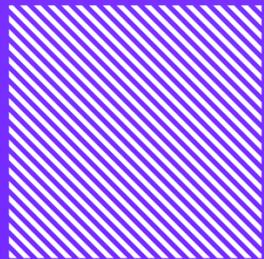
Sugere-se criar Comissões Permanentes de Apoio e Suporte ao discente ingressante, composta por docentes da área de informática, Técnicos Administrativos e Representantes Discentes



No SIGAA, propõe-se implementar Biometria Digital para acesso ao SIGAA em dispositivo móveis como smartphones

8.1 PROPOSIÇÃO DE MELHORIAS NA

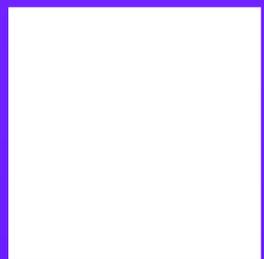
FASE 3



No SIGAA, propõe-se aumentar tamanho das fontes usadas nos módulos do SIGAA, especialmente pensando no uso destas opções em smartphones



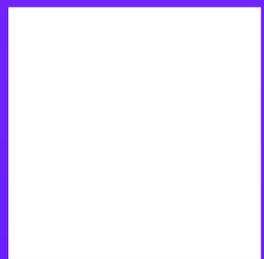
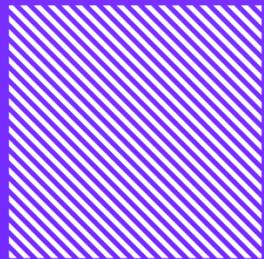
No SIGAA, propõe-se diminuição do número de abas e informações contidas nos módulos do SIGAA e que dificultam a escolha e localização de serviços buscados pelos discentes



Tornar de algum modo o SIGAA um sistema mais autoexplicativo

8.1 PROPOSIÇÃO DE MELHORIAS NA

FASE 3



Aprimorar a versão do SIGAA disponível para smartphones



No SIGAA, excluir os avisos antes do acesso ao sistema em todos os tipo de dispositivos



Tornar de algum modo o SIGAA um sistema mais autoexplicativo

9 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta cartilha demonstra a importância e contribuições práticas que o uso de constructos teóricos como a “Gestão do Conhecimento do Cliente” e a “Gestão da Experiência do Cliente” trazem no alinhamento direto das necessidades e desejos dos discentes e aquilo que é ofertado pelo IFS. Dado que o ponto crucial de contribuição da cartilha foi destacar para a gestão da instituição pontos até então não visualizados por todos.

Um deles e crucial está no fato do IFS disponibilizar diversas plataformas para uso educacional (SIGAA, Google Sala de Aula e IFS Digital). Fato que comprova aquilo que é discutido no campo da Inovação, ou seja, mais importante que usar tecnologias diversas e adaptar os serviços a elas, deve-se fazer o contrário. Logo, conhecer primeiro o que seus clientes desejam e só depois definir quais tecnologias podem ser acopladas ao sistema.



9 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Isto fica claro ao notar que o IFS usa múltiplas plataformas, sendo que o discente, se quer tem algum ou nenhum tipo de conhecimento em informática. E já nos primeiros dias de contato com a nova realidade educacional, é lançado sobre eles um arsenal tecnológico que tem como foco principal facilitar a sua vida acadêmica.

Contudo, o que se nota é o contrário, mais dificuldade, confusão e medo do novo que se abre diante de seus olhos. Ou seja, os problemas enfrentados por Anne e seus colegas de sala estão muito aquém do uso do SIGAA, mas sim, de uma urgente e necessária reflexão, por parte dos gestores do IFS e Educação Brasileira como um todo, acerca daquilo que estão entregando a seus ingressantes.



9 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Isto, por sua vez, comprova o que a Gestão do Conhecimento do Cliente preconiza em suas diretrizes e preceitos conceituais: que tudo deve começar pelo conhecimento do cliente, ou seja, saber quem ele é, o que pensa, o que sente, o que deseja.

Para só a partir disto, selecionar e adaptar às suas realidades as tecnologias que melhor se adequem a eles. E não o contrário, como é o que se vê na realidade aqui analisada, frisando isto ser uma falha estrutural, não do IFS, campus São Cristóvão, mas sim, de todo uma rede de Ensino Federal.



10 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



COOPER, Alan. The inmates are running the asylum. Sams Publishing, 2004. In: STURMER, Adriana et al. Comunicação Estratégica: Públicos de Interesse e Persona Organizacional. **Revista Visão: Gestão Organizacional**. Caçador-SC, Brasil, p. 25-43, jun. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.33362/visao.v8i1.1728>.

MARCONI, Marina. Andrade de; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 5. ed. Atlas. São Paulo/SP. 2002. Disponível em: https://accademia.edu/40930750/m_arina_de_andr_ad_e_marconi_eva_m_aria_laicatos

MASCARENHAS, Oswald A.; KESAVAN, Carneiro; BERNACCHI, Michael. Fidelização duradoura do cliente: uma abordagem de experiência total do cliente. **Jornal de Marketing do Consumidor**. v. 23. 7 ed. p. 397-405. Dez. 2006. Disponível em: DOI: 10.1108/07363760610712939

10 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



SOUZA, Maria Naires Alves de; MONTEIRO, André Jalles. Os docentes da Universidade Federal do Ceará e a utilização de alguns dos recursos do sistema integrado de gestão de atividades acadêmica (SIGAA). **Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação**. Rio de Janeiro. v. 23. n. 88. Jul/set. 2015. p. 611-630. Disponível em <https://goo.gl/CsLmk4>

SCUSSEL, Fernanda B. Cardoso. A experiência do consumidor é a próxima melhor opção? Reflexões a partir de uma revisão sistemática e proposição de agenda de pesquisa. **Revista Comportamento do Consumidor**. n. 3. v. 2. jul/nov. 2019. p. 57-69. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.51359/2526-7884.2019.241195>

WILHEIM, Stefan; GUELDEMBERG, Stefan. Gestão do conhecimento do cliente: estado da arte e direções de pesquisa futuras. **International Journal of Knowledge Management Studies**. v. 5 n. 3-4. mar/abr. 2014. p. 265-284. Disponível em: <https://doi.org/10.1504/IJKMS.2014.067220>