Anais do II Congresso de Ciência e Tecnologia da PUC Goiás
Disponível em: http://pucgoias.edu.br/ucg/prope/pesquisa/anais/2016
ISSN: 2177-3327

O MERCADO GOIANO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

GABRIEL MORAES FLEURY, LUCIA APARECIDA DE MORAES ABRANTES
gabrielfleury07@hotmail.com

Objetivo: Conhecer o mercado goiano das instituições de ensino superior privado do curso de administração **Método:** No que tange aos fins, a pesquisa é considerada como descritiva e aplicada. Quanto aos meios de investigação, bibliográfica e de campo. Quanto a natureza das suas variáveis esta classifica-se como qualitativa e quantitativa. Na coleta dos dados utilizou-se da entrevista e do questionário **Resultados:** como resultado obteve-se da instituição de ensino superior privado do curso de administração pesquisada que o grande número de curso de administração ofertado no mercado goiano tem dificultado a busca e retenção de alunos. E que essa busca e retenção dos mesmo tem se assentado em uma estratégia de diferenciação através da agregação de valores como: imagem da instituição, experiência e titulação do corpo docente, nota do MEC e a infraestrutura da instituição. **Conclusão:** O caso pesquisado no presente trabalha sem responder os objetivos no sentido de explicitar a atual situação do mercado goiano das instituições de ensino superior do curso de administração.Verificou-se a partir da análise dos resultados de uma pesquisa em uma única instituição que esta tem utilizada da estratégia de diferenciação para a busca e retenção do aluno objetivando manter-se mais competitiva no mercado goiano do ensino superior do curso de administração.

Palavras-chave: Mercado. Ensino Superior. Curso de Administração.