



EX-ALUNO UNIJUÍ: ALUNO PARA TODA A VIDA¹

Melissa Gressler Wilm², Luiz Henrique Berger³, Melissa Bonotto⁴. UNIJUÍ

A necessidade de uma orientação para o mercado está fazendo as Instituições de Ensino Superior direcionar maior atenção às relações que estabelecem com cada um de seus públicos, dentre estes, os ex-alunos. Neste contexto, além de trabalhar a excelência nas atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão, a UNIJUÍ está desenvolvendo alguns processos para melhorar as relações estabelecidas com todos os seus públicos de interesse, buscando fortalecer sua imagem institucional e destacar sua presença no segmento de Ensino Superior. Este trabalho refere-se à monografia de conclusão do Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão Universitária da UNIJUÍ que tem como tema de estudo: O Relacionamento Permanente com ex-alunos da UNIJUÍ, destacando os 50 anos de Ensino Superior da Instituição. Apresenta como objetivo geral: contextualizar um programa de relacionamento permanente com os ex-alunos da UNIJUÍ, destacando a caminhada de 50 anos da Instituição; e como específicos: pesquisar informações sobre a temática de ex-alunos nas Instituições de Ensino Superior; identificar ações realizadas pelas IES com seus ex-alunos; levantar as atividades desenvolvidas na UNIJUÍ com seus ex-alunos; sugerir um programa de relacionamento permanente com ex-alunos, através de ações da Coordenadoria de Marketing e da UNIJUÍ FM; e disseminar o mote da campanha institucional de 50 anos da UNIJUÍ nas ações com os ex-alunos. Este trabalho justifica-se na necessidade da Instituição em estabelecer canais de relacionamento permanente com seus ex-alunos, pois estes se apresentam como um público prioritário nos propósitos institucionais para se destacar no atual mercado de ensino superior. A pesquisa a ser realizada caracteriza-se como qualitativa e serão utilizadas as técnicas da pesquisa documental, bibliográfica e exploratória, podendo ser realizado um estudo de caso. Enfim, esta proposta de trabalho pretende resultar em uma análise da temática ex-alunos, fundamentada na teoria de comunicação dirigida, do marketing de relacionamento e do marketing educacional, abrangendo questões como o contexto institucional, a gestão estratégica, as relações intersetoriais e os processos de sustentabilidade.

¹ Projeto Monográfico do Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão Universitária da UNIJUÍ

² Professora Orientadora, do Curso de Comunicação Social, Mestre em Desenvolvimento.

³ Pós-graduando do Curso em Gestão Universitária, jornalista da UNIJUÍ FM

⁴ Pós-graduanda do Curso em Gestão Universitária, relações públicas da CMKT