

ÁREA TEMÁTICA: [Marketing]

**MARCA INSTITUCIONAL E PLANEJAMENTO DE CARREIRA NA
EMPREGABILIDADE ESTUDANTIL**

36° ENANGRAD

Resumo

Este estudo investiga os fatores da empregabilidade de estudantes da Universidade de Fortaleza (UNIFOR), com enfoque nas dimensões de marca institucional, competências pessoais, habilidades técnicas e planejamento de carreira. Utilizou-se uma abordagem quantitativa descritiva, com a aplicação de um questionário estruturado a 40 estudantes. Os resultados mostram que a marca institucional é percebida como um diferencial competitivo, refletindo a relevância do branding educacional para a inserção no mercado de trabalho. As competências pessoais e habilidades técnicas foram identificadas como determinantes para a prontidão profissional, enquanto o planejamento de carreira apresentou lacunas, principalmente entre estudantes sem experiências práticas. O estudo sugere que as instituições de ensino superior devem fortalecer iniciativas como estágios, mentoria e atividades práticas, alinhando a formação acadêmica às expectativas do mercado. Entre as limitações, destacam-se o tamanho reduzido da amostra e o foco exclusivo na UNIFOR, indicando a necessidade de estudos futuros que ampliem o escopo para outras instituições e utilizem abordagens qualitativas para aprofundar a compreensão das percepções dos estudantes e o impacto da reputação institucional. Este trabalho oferece contribuições relevantes para a gestão acadêmica e estratégias de marketing educacional.

Palavras-chave: Empregabilidade; Marca institucional; Planejamento de carreira.

Abstract:

This study investigates the factors influencing the employability of students at the University of Fortaleza (UNIFOR), focusing on the dimensions of institutional branding, personal skills, technical abilities, and career planning. A descriptive quantitative approach was employed, using a structured questionnaire administered to 40 students. The results reveal that institutional branding is perceived as a competitive advantage, emphasizing the importance of educational branding for labor market integration. Personal skills and technical abilities were identified as crucial for job readiness, while career planning revealed gaps, especially among students lacking practical experience. The study suggests that higher education institutions should enhance initiatives such as internships, mentoring, and practical activities to align academic training with market demands. Limitations include the small sample size and exclusive focus on UNIFOR, highlighting the need for future studies to expand the scope to other institutions and adopt qualitative approaches to deepen the understanding of student perceptions and the impact of institutional reputation. This research provides valuable insights for academic management and educational marketing strategies.

Keywords: Employability; Institutional branding; Career planning.

1. Introdução

Em um cenário marcado por rápidas transformações tecnológicas e crescentes demandas do mercado de trabalho, a empregabilidade assume papel central na formação acadêmica e na trajetória profissional de graduandos (FREY; OSBORNE, 2017). Mais do que a simples capacidade de obter e manter um emprego, a empregabilidade reflete a integração de competências técnicas, habilidades interpessoais e fatores institucionais, como a reputação da instituição de ensino (HARVEY, 2001). Esse tema tem ganhado destaque nas investigações sobre e transição para o mercado de trabalho, especialmente diante da alta competitividade contemporânea (HARVEY, 2001; ROTHWELL; JEWELL; HARDIE, 2009).

Fatores como a marca institucional, competências pessoais e adaptabilidade ao mercado são frequentemente apontados como determinantes para o sucesso profissional (ROTHWELL; JEWELL; HARDIE, 2009; OMAR et al., 2023). Esses elementos não apenas influenciam a prontidão individual, mas também revelam oportunidades para que instituições de ensino superior promovam estratégias de formação, alinhando o desenvolvimento acadêmico às necessidades do mercado contemporâneo (STEPHEN; FRU, 2023; LEROY; PURDIE, 2015).

No contexto brasileiro, no entanto, estudos que analisem essas interações em profundidade ainda são limitados. Nesse sentido, a Universidade de Fortaleza (UNIFOR) apresenta-se como um objeto de estudo relevante, permitindo uma avaliação das dimensões de empregabilidade em uma instituição com forte presença regional. Este estudo tem como objetivo geral investigar os fatores que influenciam a empregabilidade dos estudantes da UNIFOR, destacando os elementos que podem ser trabalhados para melhorar a inserção profissional dos egressos. Especificamente, propõe-se analisar as medidas de consistência interna das dimensões do construto de empregabilidade, as quais abrangem a marca institucional e reputação, as competências pessoais e habilidades técnicas, e a adaptabilidade e o planejamento de carreira. Além disso, busca-se comparar essas dimensões com fatores como a experiência de trabalho e a participação em atividades extracurriculares, visando identificar padrões e lacunas que possam subsidiar políticas institucionais mais eficazes.

Este estudo é relevante porque conecta as estratégias educacionais à construção de marca e à reputação institucional, aspectos fundamentais para o marketing educacional. Ao investigar como fatores como marca institucional, competências dos estudantes e planejamento de carreira impactam a empregabilidade, o estudo oferece subsídios para que instituições de ensino superior reforcem sua proposta de valor.

O presente trabalho está estruturado da seguinte forma: a seção 2 apresenta o referencial teórico, abordando as principais dimensões da empregabilidade.

Na seção 3, são detalhados os procedimentos metodológicos adotados no estudo. A seção 4 discute os resultados obtidos, enquanto a seção 5 apresenta as considerações finais e implicações práticas do estudo.

Espera-se que este estudo contribua para a gestão acadêmica e para a formulação de políticas que fortaleçam a competitividade dos graduandos no mercado de trabalho, além de ampliar a discussão sobre empregabilidade no contexto brasileiro. A pergunta central que orienta esta pesquisa é: Quais os fatores de empregabilidade baseados na percepção dos alunos da UNIFOR?

2. Fundamentação Teórica

Empregabilidade é definida como a capacidade de obter e manter uma posição no mercado de trabalho, alinhada às competências adquiridas durante a formação acadêmica (HARVEY, 2001). Essa capacidade resulta da combinação entre competências técnicas, habilidades interpessoais, como comunicação, adaptabilidade e trabalho em equipe, e fatores institucionais, como a reputação da instituição e o planejamento de carreira (ROTHWELL; JEWELL; HARDIE, 2009; GREER; WAIGHT, 2017). A mensuração da empregabilidade é amplamente realizada por meio de questionários estruturados, que permitem avaliar de forma objetiva elementos como a percepção de competências, a confiança na busca por oportunidades e a influência da instituição na inserção profissional (PITAN; MULLER, 2019). Yorke (2006) aponta que a empregabilidade evoluiu de uma abordagem técnica para uma perspectiva mais ampla, que inclui habilidades transferíveis e competências interpessoais aplicáveis a diferentes contextos.

Estudos recentes apontam que a marca institucional, habilidades técnicas e a capacidade de adaptação são determinantes para a prontidão profissional dos graduados (OMAR et al., 2023; BLAXELL; MOORE, 2011). Pitán e Muller (2019) destacam que a marca institucional desempenha um papel crucial para a inserção de estudantes em mercados competitivos, pois sinaliza a qualidade da formação acadêmica aos empregadores. Greer e Waight (2017) afirmam que o alinhamento entre as demandas do mercado e as competências técnicas desenvolvidas pelas instituições de ensino é determinante para maximizar as oportunidades de emprego dos graduados.

A capacidade de adaptação às mudanças do mercado e o planejamento de carreira estruturado são indicadores cruciais de empregabilidade (NORREHA et al., 2024). Stephen e Fru (2023) argumentam que o planejamento de carreira envolve a aquisição de competências específicas e a aplicação estratégica dessas habilidades em diferentes cenários. Leroy e Purdie (2015) enfatizam que a integração de experiências práticas, como estágios e atividades extracurriculares, ao currículo acadêmico é um fator-chave para o

desenvolvimento de habilidades essenciais e aumenta a competitividade no mercado de trabalho.

Competências pessoais e habilidades técnicas são aspectos fundamentais para avaliar a prontidão profissional dos estudantes. Rothwell, Jewell e Hardie (2009) explicam que questionários estruturados são ferramentas eficazes para identificar lacunas no preparo acadêmico e compreender percepções de prontidão profissional. Kumar e Periasamy (2021) corroboram essa perspectiva ao defenderem que a padronização de instrumentos de avaliação permite às instituições implementar políticas alinhadas às demandas do mercado de trabalho.

A transformação do mercado de trabalho, impulsionada pela digitalização, exige que as instituições adaptem seus currículos para incluir habilidades digitais e tecnológicas como parte da formação acadêmica (FREY; OSBORNE, 2017). Essas mudanças reforçam a importância de competências como pensamento crítico, resolução de problemas e trabalho em equipe, que são altamente valorizadas pelos empregadores (OMAR et al., 2023).

Empregabilidade não é um conceito isolado, mas reflete fatores sociais, econômicos e institucionais que moldam as oportunidades de trabalho para os estudantes (TOMLINSON, 2017). Iniciativas como programas de mentoria, suporte acadêmico e conexões com redes profissionais são estratégias fundamentais para formar graduados preparados para os desafios do mercado contemporâneo (STEPHEN; FRU, 2023).

Estudos sobre empregabilidade em contextos globais têm avançado significativamente, mas ainda são escassas as análises que abordam as especificidades do mercado brasileiro e as interações entre fatores como competências individuais, características institucionais e demandas locais" (TOMLINSON, 2017; PITAN; MULLER, 2019). Nesse contexto, o presente estudo busca preencher essa lacuna ao investigar as dimensões de empregabilidade na Universidade de Fortaleza (UNIFOR), oferecendo uma análise que pode contribuir para o aprimoramento de práticas institucionais.

Diante dessas múltiplas abordagens, observa-se que a empregabilidade é um construto multidimensional que exige a análise integrada de fatores institucionais, individuais e mercadológicos. Assim, o presente estudo busca compreender como essas dimensões são percebidas por estudantes de uma universidade privada no contexto nordestino brasileiro, ampliando o debate sobre empregabilidade nacional.

3. Metodologia

3.1. Tipologia da pesquisa

O estudo caracteriza-se como descritivo e exploratório, com abordagem quantitativa. A natureza descritiva visa detalhar as características da empregabilidade entre os estudantes da UNIFOR, enquanto o caráter exploratório busca investigar dimensões específicas, como marca institucional, competências pessoais e habilidades técnicas, adaptabilidade e planejamento de carreira. A mensuração da empregabilidade foi feita de maneira explícita realizada por meio de um questionário estruturado, baseado em escalas validadas, para avaliar percepções sobre prontidão para o mercado de trabalho. As respostas foram categorizadas em uma escala de Likert, com o intuito de fornecer uma medida contínua da empregabilidade.

3.2. Perfil dos respondentes

A coleta de dados foi realizada com 40 estudantes universitários brasileiros, exclusivamente matriculados na Universidade de Fortaleza (UNIFOR), que consentiram em participar voluntariamente, sendo-lhes assegurada a confidencialidade de suas respostas. A amostra incluiu alunos de diversos cursos de graduação, abrangendo áreas como Ciências da Saúde, Ciências Humanas e Ciências Sociais. Os participantes estavam distribuídos entre diferentes semestres acadêmicos, com idades predominantemente entre 18 e 22 anos. Em termos de modalidade de curso, predominaram os estudantes de Bacharelado, embora houvesse também representatividade de alunos em cursos Tecnológicos. Em relação ao gênero, a amostra contou com respondentes que se identificaram como masculino e feminino, garantindo representatividade e diversidade no perfil da amostra.

No que se refere ao financiamento do curso, os estudantes reportaram diversas fontes, incluindo financiamento próprio, apoio familiar e bolsas de estudo. A renda familiar mensal dos respondentes variou em diferentes faixas. Quanto à formação prévia, os alunos eram oriundos tanto de escolas públicas quanto privadas. Adicionalmente, uma parcela significativa dos estudantes indicou possuir experiência de trabalho na área de estudo e participação em atividades extracurriculares que complementam a formação acadêmica, tais como workshops, projetos de pesquisa e atividades de voluntariado.

Este tamanho de amostra forneceu poder estatístico adequado, considerando um tipo de erro para detectar um efeito de tamanho tão pequeno quanto 0,2, o que corresponde a um tamanho de efeito pequeno a médio, de acordo com os parâmetros estabelecidos por Cohen (2013) para múltiplas regressões. Este tamanho de efeito é considerado apropriado para estudos exploratórios e aplicações diversas de análise estatística, permitindo identificar tendências gerais e associações relevantes para o tema em estudo.

3.3. Escalas do construto de empregabilidade

A escala de empregabilidade utilizada neste estudo foi composta por 10 itens, distribuídos em três dimensões principais: (1) Marca Institucional e Reputação, (2) Competências Pessoais e Habilidades Técnicas e (3) Adaptabilidade e Planejamento de Carreira. Os itens foram adaptados de instrumentos validados em estudos anteriores, contemplando diferentes aspectos da empregabilidade no contexto acadêmico e profissional.

Os itens do questionário foram adaptados a partir de estudos validados previamente na literatura acadêmica. As adaptações foram baseadas nos trabalhos de Rothwell, Jewell e Hardie (2009), publicado no *Journal of Vocational Behavior*; Oluyomi S. Pitan e Colette Muller (2019), publicado na revista *Higher Education Research & Development*; e Greer e Waight (2017), publicado em *Advances in Developing Human Resources*. Esses estudos serviram como referência para contemplar aspectos relacionados à empregabilidade, assegurando a aplicabilidade e validade do instrumento no contexto brasileiro, especialmente entre os estudantes da Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e as demandas do mercado local.

As adaptações realizadas para o contexto brasileiro visaram capturar nuances relacionadas ao perfil dos estudantes da Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e às exigências do mercado local, garantindo a aplicabilidade e a validade do instrumento neste cenário. O Quadro 1 apresenta as dimensões e os respectivos itens do questionário, com base nas adaptações mencionadas.

Quadro 1- Dimensões e itens do questionário de empregabilidade

Dimensão	Itens da Escala (Português)
1. Marca institucional e reputação	-Os empregadores estão interessados em empregar graduados da minha IES (UNIFOR).
	-O status (marca) da minha IES (UNIFOR) é um ativo significativo (influência) para mim na busca de emprego.
	-Os empregadores visam especificamente a minha IES (UNIFOR) para recrutar indivíduos da minha área de estudo.
2. Competências pessoais e habilidades técnicas	-Acredito que há uma alta demanda por profissionais graduados na minha área, o que aumenta minhas chances de empregabilidade.
	-As habilidades que desenvolvi durante meu curso são compatíveis com as que os empregadores procuram.
	-Sinto-me confiante de que serei capaz de encontrar um trabalho adequado depois de deixar a minha IES (UNIFOR).

	-Sinto-me confiante em apresentar candidaturas a organizações de interesse.
3. Adaptabilidade e planejamento de carreira	-Tenho um bom conhecimento sobre as necessidades da minha futura carreira.
	-Sinto-me confiante em me candidatar a empregos em organizações concorridas.
	-Eu poderia conseguir qualquer emprego em qualquer lugar, desde que minhas habilidades e experiência fossem razoavelmente relevantes.

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.4 Coleta de dados e análise dos resultados

Os dados coletados foram armazenados em uma planilha do Excel, gerada pela plataforma Google Forms, garantindo o anonimato dos participantes. Posteriormente, foram transferidos para o Google Colaboratory para análise. O estudo abrangeu tanto as variáveis demográficas quanto o construto de empregabilidade. As análises foram realizadas com o uso de software estatístico especializado, assegurando rigor metodológico e reprodutibilidade dos resultados.

A análise de dados foi dividida em duas etapas principais. A primeira etapa envolveu a mensuração dos dados de cada dimensão de empregabilidade: "Marca institucional e reputação", "Competências pessoais e habilidades técnicas" e "Adaptabilidade e planejamento de carreira". Na segunda etapa, foi realizada uma comparação dessas dimensões com informações relevantes coletadas no questionário, como a experiência de trabalho relacionada à área de estudo e a participação em atividades extracurriculares.

Na primeira etapa, para medir a consistência interna de cada grupo de variáveis (itens), utilizou-se o coeficiente Alfa de Cronbach, uma das medidas mais amplamente empregadas para essa finalidade, conforme Pestana e Gageiro (2014). O coeficiente varia entre 0 e 1, sendo interpretado como mostra no quadro 2:

Quadro 2: Classificação de consistência interna (Alfa de Cronbach)

Intervalo de Valores	Classificação
> 0,9	Muito boa
0,8 – 0,9	Boa
0,7 – 0,8	Razoável
0,6 – 0,7	Fraca

< 0,6	Inadmissível
-------	--------------

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na segunda etapa, os dados foram analisados por meio de testes estatísticos para verificar diferenças significativas nas percepções de empregabilidade dos participantes, com base em suas respostas sobre experiências de trabalho relacionadas à área de estudo e participação em atividades extracurriculares. Para isso, utilizou-se o teste t de Student para amostras independentes, adotando um nível de significância de $\alpha = 0,05$. O resultado do teste é apresentado em forma de valor-p (*p-value*), interpretado como mostra no quadro 3:

Quadro 3- Interpretação de valores-p

Valores-p	Interpretação
$p < 0,05$	Diferença significativa
$p \geq 0,05$	Diferença não significativa

Fonte: Elaborado pelo autor.

As dimensões analisadas foram "Marca institucional e reputação", "Competências pessoais e habilidades técnicas" e "Planejamento de carreira". As médias para os grupos comparados foram calculadas e analisadas com base no valor-p, permitindo identificar diferenças estatisticamente significativas. A consistência interna das dimensões foi avaliada por meio do Alfa de Cronbach, com valores entre 0,65 e 0,72, indicando níveis aceitáveis de confiabilidade dos instrumentos. Todos os dados foram analisados após a verificação de sua normalidade e homogeneidade de variância, assegurando a validade das análises estatísticas realizadas.

4. Análise e Discussão dos Resultados

4.1. Marca institucional e reputação

A tabela 1 apresenta as métricas da dimensão "Marca institucional e reputação" mostram que os participantes atribuíram alta importância à percepção da universidade no mercado de trabalho. A média geral das respostas ficou em 7,88, indicando uma avaliação positiva quanto ao impacto da marca da UNIFOR na empregabilidade. O desvio padrão de 1,95 reflete uma leve dispersão nas respostas, sugerindo percepções levemente divergentes entre os respondentes. A pontuação máxima foi de 10, o que indica que alguns participantes percebem a marca institucional como

extremamente influente, enquanto o valor mínimo de 1 mostra que uma pequena parcela não considera a marca relevante. A confiabilidade da escala para essa dimensão, medida pelo Alfa de Cronbach (0,72), é aceitável, validando os itens como indicadores consistentes dessa dimensão.

Tabela 1- Estatísticas descritivas da dimensão "Marca institucional e reputação"

Itens da Escala	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Alfa de Cronbach
Os empregadores estão interessados em empregar graduados da minha IES(UNIFOR).	40	4	10	8,325	1,78	0,72
O status (marca) da minha IES(UNIFOR) é um ativo significativo (influência) para mim na busca de emprego.	40	4	10	8,5	1,63	
Os empregadores visam especificamente a minha IES(UNIFOR) para recrutar indivíduos da minha área de estudo.	40	1	10	6,825	2,41	

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.2. Competências pessoais e habilidades técnicas

Já a tabela 2 apresenta as métricas do construto Competências pessoais e habilidades técnicas, a média foi 7,67, refletindo uma percepção positiva, mas levemente inferior à média da dimensão anterior. Isso sugere que os participantes acreditam possuir habilidades técnicas e pessoais, mas com menor consenso. O desvio padrão de 1,91 indica uma maior variação entre os respondentes, especialmente em itens que avaliam a adequação das habilidades desenvolvidas ao mercado de trabalho. O Alfa de Cronbach foi de 0,65, levemente abaixo do ideal, sugerindo que os itens dessa dimensão poderiam ser refinados para maior consistência.

Tabela 2 – Estatísticas Descritivas da Dimensão “Competências pessoais e habilidades técnicas”

Itens da Escala	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Alfa de Cronbach
-----------------	---	--------	--------	-------	---------------	------------------

Acredito que há uma alta demanda por profissionais graduados na minha área, o que aumenta minhas chances de empregabilidade.	40	2	10	6,975	2,24	
As habilidades que desenvolvi durante meu curso são compatíveis com as que os empregadores procuram.	40	4	10	7,8	1,78	0,65
Sinto-me confiante de que serei capaz de encontrar um trabalho depois que deixar minha IES (Unifor).	40	2	10	7,95	1,97	
Sinto-me confiante em apresentar a candidaturas a organizações de interesse.	40	4	10	7,95	1,63	

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.3. Adaptabilidade e planejamento de carreira

A dimensão "Adaptabilidade e planejamento de carreira" obteve uma média de 7,76, próxima das médias das outras dimensões. O desvio padrão foi de 1,84, apontando uma variação moderada nas respostas. A pontuação máxima de 10 e mínima de 3 revelam que a maioria dos respondentes estão confiantes em planejar suas carreiras, mas alguns ainda enfrentam desafios nesse aspecto. O Alfa de Cronbach de 0,71 sugere que os itens possuem boa consistência interna para avaliar essa dimensão (Tabela 3).

Tabela 3- Estatísticas descritivas da dimensão "Adaptabilidade e planejamento de carreira"

Itens da Escala	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão	Alfa de Cronbach
Tenho um bom conhecimento sobre as necessidades da minha futura carreira.	40	4	10	8,05	1,56	

Sinto-me confiante em me candidatar a empregos em organizações concorridas.	40	3	10	7,375	2,18	0,71
Eu poderia conseguir qualquer emprego em qualquer lugar, desde que minhas habilidades e experiência fossem razoavelmente relevantes.	40	4	10	7,85	1,77	

Fonte:Elaborado pelo autor.

4.4. Comparação com experiência de trabalho e atividades extracurriculares

4.4.1 Experiência de trabalho relacionada à área

A análise do quadro 4 revelou que estudantes com experiência de trabalho demonstram diferenças significativas em "Competências pessoais e habilidades técnicas" ($p = 0,048$) e "planejamento de carreira" ($p = 0,0003$), indicando maior confiança nesses aspectos em comparação aos que não possuem experiência. A dimensão "marca institucional e reputação" não apresentou diferença significativa ($p = 0,135$).

Quadro 4- Detalhamento da Análise de Experiência de Trabalho Relacionada à Área

Dimensão	Valor-p	Interpretação	Conclusão
Marca institucional e reputação	0.135	Não há diferença estatisticamente significativa	Percepção da marca institucional não é afetada pela experiência de trabalho
Competências pessoais e habilidades técnicas	0.048	Diferença significativa	Estudantes com experiência percebem-se mais confiantes em competências
Planejamento de carreira	0.00035	Diferença altamente significativa	Estudantes com experiência sentem-se mais preparados para planejar carreiras

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.4.2 Participação em atividades extracurriculares

Não foram identificadas diferenças estatisticamente significativas nas dimensões analisadas no quadro 5. Entretanto, observou-se uma tendência de impacto positivo em "Competências pessoais e habilidades técnicas" ($p = 0,092$) e "planejamento de carreira" ($p = 0,105$).

Quadro 5 - Detalhamento da Análise de Atividades Extracurriculares

Dimensão	Valor-p	Interpretação	Conclusão
Marca institucional e reputação	0.360	Não há diferença estatisticamente significativa	Participação extracurricular não afeta a percepção da marca institucional
Competências pessoais e habilidades técnicas	0.093	Tendência positiva, mas não significativa	Tendência de confiança maior em competências pessoais e técnicas
Planejamento de carreira	0.105	Tendência positiva, mas não significativa	Tendência de confiança maior em planejar carreiras

Fonte: Elaborado pelo autor.

5. Conclusão e Contribuições

O presente estudo teve como objetivo analisar os fatores que influenciam a empregabilidade de estudantes da Universidade de Fortaleza (UNIFOR), com base nas dimensões de marca institucional, competências pessoais e habilidades técnicas, e planejamento de carreira. Para isso, utilizou-se uma abordagem quantitativa descritiva, com a aplicação de um questionário estruturado a 40 estudantes da instituição, cujos dados foram analisados por meio de técnicas estatísticas.

Os resultados indicaram que a percepção dos estudantes sobre a marca institucional é predominantemente positiva, evidenciando o papel relevante da reputação da UNIFOR na inserção profissional. Além disso, as dimensões de competências pessoais e habilidades técnicas mostraram-se críticas para a prontidão ao mercado de trabalho, com destaque para a confiança dos graduandos em suas qualificações. Por outro lado, o planejamento de carreira se destacou como um fator ainda em desenvolvimento para parte dos estudantes, especialmente entre aqueles sem experiências práticas prévias, o que sugere a necessidade de maior suporte nesse aspecto.

Para a gestão institucional, os achados oferecem insights valiosos para estratégias de marketing educacional, ressaltando a importância de programas que integrem experiências práticas, como estágios, monitorias e atividades extracurriculares, ao fortalecimento da marca institucional. Essas iniciativas podem ser comunicadas em campanhas de branding para posicionar a UNIFOR como uma instituição que prepara efetivamente seus alunos para desafios profissionais, aumentando sua atratividade perante estudantes e empregadores.

Embora o estudo contribua para o entendimento da empregabilidade em um contexto local, algumas limitações devem ser destacadas, como o tamanho

reduzido da amostra e o foco exclusivo na UNIFOR. Sugere-se que futuras pesquisas ampliem o escopo para incluir diferentes instituições e utilizem abordagens qualitativas, como entrevistas ou grupos focais, para explorar as percepções dos estudantes de maneira mais aprofundada. Também é recomendável investigar a interação entre empregabilidade e tendências recentes no mercado de trabalho, como a digitalização e as novas demandas por competências tecnológicas, destacando o papel do marketing educacional no fortalecimento dessas relações.

Embora o estudo tenha contribuído para uma melhor compreensão da empregabilidade em um contexto local, algumas limitações devem ser destacadas. Primeiramente, o tamanho da amostra restringe a generalização dos resultados, uma vez que abrange apenas 40 estudantes de uma única instituição. Além disso, a metodologia quantitativa não permitiu aprofundar as percepções subjetivas dos respondentes, o que poderia enriquecer a análise.

Pesquisas futuras podem expandir este estudo ao incluir uma amostra maior e mais diversificada, abrangendo diferentes instituições e contextos regionais. Além disso, recomenda-se o uso de metodologias qualitativas, como entrevistas ou grupos focais, para explorar com mais profundidade as percepções dos estudantes sobre os fatores que impactam sua empregabilidade. Outra possibilidade seria investigar a interação entre empregabilidade e mudanças recentes no mercado de trabalho, como a digitalização e as novas demandas por competências tecnológicas.

Referências Bibliográficas

BANDURA, A.; FREEMAN, W. H.; LIGHTSEY, R. Self-efficacy: The exercise of control. *Journal of cognitive psychotherapy*, v. 13, n. 2, p. 158–166, 1999.

BLAXELL, R.; MOORE, C. Connecting academic and workplace contexts through cooperative education. *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education*, v. 12, n. 2, p. 79–89, 2011.

COHEN, J. *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. [s.l.] Routledge, 2013.

FREY, C. B.; OSBORNE, M. A. The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technological forecasting and social change*, v. 114, p. 254–280, 2017.

GREER, T. W.; WAIGHT, C. L. The value of an undergraduate HRD degree: An exploratory investigation of perceived employability and career success. *Advances in developing human resources*, v. 19, n. 2, p. 190–206, 2017.

HARVEY, L. Defining and measuring employability. Quality in higher education, v. 7, n. 2, p. 97–109, 2001.

KUMAR, A.; PERIASAMY, M. Employability skills among higher education graduates: A systematic review. Development, v. 40, n. 2, p. 311–327, 2021.

LEROY, N.; PURDIE, F. Enhancing graduate employability through experiential learning. Journal of Teaching and Learning Practice, v. 12, n. 1, p. 1–12, 2015.

NORREHA, M.; JONES, L.; SMITH, R. Habilidades além do desempenho acadêmico: a importância da comunicação. Educational Research Quarterly, p. 45–60, 2024.

OMAR, A.; ALI, B.; SANTOS, C. Competências explícitas e interpessoais em contextos profissionais. Journal of Professional Development, n. 2, p. 134–150, 2023.

OMAR, M. K.; ABDULLAH, H.; ISMAIL, S. Employability skills: Employer and graduate perspectives. Education + Training, v. 65, n. 3, p. 321–333, 2023.

PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. *Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS*. 6. ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2014..

PITAN, O. S.; MULLER, C. University reputation and undergraduates' self-perceived employability: mediating influence of experiential learning activities. Higher education research & development, v. 38, n. 6, p. 1269–1284, 2019.

ROTHWELL, A.; JEWELL, S.; HARDIE, M. Self-perceived employability: Investigating the responses of post-graduate students. Journal of vocational behavior, v. 75, n. 2, p. 152–161, 2009.

STEPHEN, J. S.; FRU, A. Cultivating student employability skills: Classroom to career preparedness and readiness. Em: Knowledge Studies in Higher Education. Cham: Springer International Publishing, 2023.

TOMLINSON, M. Forms of graduate capital and their relationship to graduate employability. Education + training, v. 59, n. 4, p. 338–352, 2017.

YORKE, M. Employability in higher education: What it is - what it is not. Learning and Employability Series One. The Higher Education Academy. [s.l.: s.n.].