

## **Análise dos Antecedentes e Determinantes do Valor de Marca das Instituições de Ensino Superior de Natureza Privada**

### **Autoria**

carlos david cequeira feitor - carlos.feitor@gmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin - PPGA/UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Anatalia Saraiva Martins Ramos - anataliasaraiva@gmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin - PPGA/UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

### **Resumo**

O objetivo da pesquisa foi analisar a influência dos antecedentes e determinantes do valor de marca no contexto do ensino superior, por meio da elaboração de um modelo de valor de marca na perspectiva do consumidor. Para tanto, no âmbito metodológico a pesquisa exploratória permitiu desenvolver o modelo teórico, e elaborar o instrumento de coleta dos dados. O tipo de amostragem foi não probabilístico, por julgamento ou intencional, composta por 1156 estudantes do curso de graduação em administração, e os dados foram coletados em centros universitários e universidades de natureza privada. A análise dos dados foi desenvolvida por uma abordagem quantitativa multivariada, por meio da modelagem de equações estruturais. A partir das análises, verificou-se a confirmação das hipóteses de relacionamento positivo entre os construtos do valor de marca propostas no artigo. Concluiu-se também, a validade do modelo de mensuração do Valor de Marca da IES (Instituições de Ensino Superior).