

## Referências bibliográficas

ABRAEAD. *Anuário Brasileiro Estatístico de Educação Aberta e a Distância – Edição 2006*. São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.abraead.com.br/anuario/anuario2006.pdf>> Acesso em: 26/ago/2007.

AJZEN, I. Nature and Operation of Attitudes. *Annual Review of Psychology*, n.52, p.27-58, 2001.

ANDERSON, D. S.; KRISTIENSEN, C. M. Measuring Attitude Functions. *The Journal of Social Psychology*, v.130, n.3, p.419-421, 2001.

BENSON, A. D. Distance Education. Ready and Willing to Serve the Unserved? *The Quarterly Review of Distance Education*, v.5, n.1, p.51-57, 2004.

BISCIGLIA, M. G.; MONK-TURNER, E. Differences in Attitudes Between On-Site and Distance-Site Students in Group Teleconference Courses. *The American Journal of Distance Education*, v.16, n.1, p.37-52, 2002.

CHEN, N.; LIN, K.; KINSHUK. Analysing Users' Satisfaction with e-learning Using a Negative Critical Incidents Approach. *Innovations in Education and Teaching International*, v.45, n.2, p.115-126, May 2008.

DUNCAN, S. The U.S. Army's Impact on The History of Distance Education. *The Quarterly Review of Distance Education*, v.6, n.4, p.397-404, 2005.

EDWARDS, B. L. Distance Education: Definition and Glossary of Terms, by Lee Ayers Schlosser and Michael Simonson. *The Quarterly Review of Distance Education*, v.5, n.3, p.211-213, 2004.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4ª edição, São Paulo: Editora Atlas, 2002.

\_\_\_\_\_. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5ª edição (7ª reimpressão), São Paulo: Editora Atlas, 2006.

GLAHN, R.; GEN, R. Progenies in Education: The Evolution of Internet Teaching. *Community College Journal of Research and Practice*, n.26, p.777-785, 2002.

GREWAL, R.; MEHTA, R.; KARDES, F. R. The Timing of Repeat Purchases of Consumer Durable Goods: The Role of Functional Bases of Consumer Attitudes. *Journal of Marketing Research*, v.XLI, p.101-115, February 2004.

HANSEN, F. Psychological Theories of Consumer Choice. *Journal of Consumer Research*, v.3, p.117-142, December 1976.

HARMAN, H. H. *Modern Factor Analysis*. 3rd. Edition Revised, Chicago: The University of Chicago Press, 1976.

HEREK, G. M. Can Functions Be Measured? A New Perspective on the Functional Approach to Attitudes. *Social Psychology Quarterly*, v.50, n.4, p.285-303, 1987.

KANUKA, H.; CONRAD, D. The Name of The Game: Why “Distance Education” Says It All. *The Quarterly Review of Distance Education*, v.4, n.4, p.385-393, 2003.

KATZ, D. The Functional Approach to the Study of Attitudes. *Public Opinion Quarterly* n.24, p.163-204, Summer 1960.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Administração de Marketing*. 12ª edição, São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall, 2006.

KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (org.) *Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil*. 1ª edição, Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002.

LOCANDER, W. B.; SPIVEY, W. A. A Functional Approach to Attitude Measurement. *Journal of Marketing Research*, v.XV, p.576-587, November 1978.

LUTZ, R. J. A Functional Approach to Consumer Attitude Research. *Advances in Consumer Research*, v.5, n.1, p.360-369, 1978.

MALHOTRA, N. K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 4ª edição, Porto Alegre: Editora Bookman, 2006.

RICHARDSON, J. T. E. Motives, attitudes and approaches to studying in distance education. *Higher Education*, n.54, p.385-416, 2007.

RUMMEL, R. J. *Applied Factor Analysis*. Evanston: Northwestern University Press, 1970.

SABA, F. Critical Issues in Distance Education: A report from the United States. *Distance Education*, v.26, n.2, p.255-272, August 2005.

SHAVITT, S. Products, Personalities and Situations in Attitude Functions: Implications for Consumer Behavior. *Advances in Consumer Research*, n.16, p.300-305, 1989.

SHERRY, L. Issues in Distance Learning. *International Journal of Educational Telecommunications*, v.1, n.4, p.337-365, 1996.

SHOSTACK, G. L. Breaking Free from Product Marketing. *Journal of Marketing*, n.41, p.73-80, April 1977.

SNYDER, M. Selling Images versus Selling Products: Motivacional Foundations of Consumer Attitudes and Behavior. *Advances in Consumer Research*, n.16, p.306-311, 1989.

SOLOMON, M. R. *O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo*. 5ª edição, Porto Alegre: Editora Bookman, 2002.

SPSS Base 15.0 User's Guide. Disponível em: [http://www.si.uevora.pt/spss/manual\\_15.php](http://www.si.uevora.pt/spss/manual_15.php) Acesso em 11/jun/2008.

SUMNER, J. Serving the System: a critical history of distance education. *Open Learning*, v.15, n.3, p.267-285, 2000.

TETHER, B. S.; HIPPI, C. Knowledge Intensive, Technical and Other Services: Patterns of Competitiveness and Innovation Compared. *Technology Analysis & Strategic Management*, v.14, n.2, p.163-182, 2002.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. *Marketing de Serviços: a empresa com foco no cliente*. 2ª edição, São Paulo: Editora Bookman, 2005.

ZHANG, Y. Distance Learning Receptivity. Are They Ready Yet? *The Quarterly Review of Distance Education*, v.6, n.1, p.45-53, 2005.

## 7 Anexos

### 7.1

#### Anexo 1 - Questionário

##### Questionário sobre Educação à Distância

Página 1 / 2

O presente levantamento (*survey*) tem o objetivo de obter dados primários acerca das funções relacionadas às atitudes a respeito de Educação à Distância. Estas informações serão utilizadas em pesquisa ligada a uma dissertação de mestrado na área de marketing (comportamento do consumidor).

Por favor, gostaríamos de sua valiosa contribuição, ao responder as 5 questões deste questionário. Agradecemos desde já sua colaboração. Muito obrigado.

Questão 1: Indique seu grau de concordância ou discordância com cada uma das afirmativas seguintes, marcando com um X uma das opções da seguinte escala:

1 = discordo totalmente

2 = discordo

3 = não concordo nem discordo

4 = concordo

5 = concordo totalmente.

a) Educação à distância me permite obter reconhecimento profissional.	1	2	3	4	5
b) Educação à distância permite que eu me aperfeiçoe.	1	2	3	4	5
c) Educação à distância possibilita que as pessoas maximizem suas oportunidades de carreira.	1	2	3	4	5
d) Educação à distância me proporciona confiança em mim mesmo.	1	2	3	4	5
e) Educação à distância me protege de frustração.	1	2	3	4	5
f) O que mais é preciso ao utilizar educação à distância é ter uma forte determinação, sem se importar com os desafios.	1	2	3	4	5
g) Minhas opiniões sobre educação à distância são essencialmente baseadas em minha desconfiança a respeito da mesma.	1	2	3	4	5
h) Educação à distância me permite parecer como alguém bem-sucedido.	1	2	3	4	5
i) O uso de educação à distância está relacionado ao tipo de pessoa que eu penso ser.	1	2	3	4	5

j) Meu estilo de vida está alinhado com a educação à distância.	1	2	3	4	5
k) O uso de educação à distância é um instrumento para minha auto-expressão.	1	2	3	4	5
l) Educação à distância faz com que eu me sinta bem comigo mesmo.	1	2	3	4	5

### Questionário sobre Educação à Distância

Página 2 / 2

Questão 1: Indique seu grau de concordância ou discordância com cada uma das afirmativas seguintes, marcando com um X uma das opções da seguinte escala:

1 = discordo totalmente

2 = discordo

3 = não concordo nem discordo

4 = concordo

5 = concordo totalmente.

m) Educação à distância torna meu mundo mais previsível.	1	2	3	4	5
n) Educação à distância me traz novos conhecimentos.	1	2	3	4	5
o) Com Educação à distância, tenho mais segurança em minhas decisões.	1	2	3	4	5
p) Educação à distância facilita minha compreensão sobre o ambiente que me circunda.	1	2	3	4	5
q) Provavelmente ainda farei algum curso à distância (não-presencial) no futuro.	1	2	3	4	5
r) Educação à distância é desnecessária.	1	2	3	4	5

Questão 2: Indique qual das alternativas abaixo melhor o descrevem:

a) Gênero:  Masculino  Feminino

b) Curso:  Master  Mestrado Profissional  Mestrado Acadêmico

c) Faixa etária:  21-25 anos  26-30 anos  31-35 anos

36-40 anos  41-45 anos  46-50 anos

51-55 anos  mais de 55 anos

d) Renda individual (mensal):  menos de R\$1.000  R\$1.000 a R\$2.500

R\$2.501 a R\$4.000  R\$4.001 a R\$5.500

R\$5.501 a R\$7.000  R\$7.001 a R\$8.500

R\$8.501 a R\$10.000  mais de R\$10.000

Questão 3: Quanto tempo fica “*on-line*” (internet) por semana?

- menos de 8 horas       de 8 a 14 horas       de 15 a 21 horas  
 de 22 a 28 horas       de 29 a 35 horas       mais de 35 horas

Questão 4: Conhece educação à distância?

- Sim       Não

Questão 5: Já teve alguma experiência com educação à distância?

- Sim       Não