



Manual de
Rec

Recife/PE
2010



APRESENTAÇÃO¹

O **Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)** é uma investigação final e sistemática para obtenção do grau desejado no ensino superior.

Na Esm/Fama, o **Trabalho de Conclusão de Curso – TCC** - segue a orientação pedagógica institucional, preservando em sua essência a missão da instituição que é: “Formar pessoas, através de uma educação continuada, inovadora e de excelência, tornando-as capazes de contribuir para o desenvolvimento regional.”

Por isso, os **TCCs** realizados pelos alunos de Comunicação Social da ESM deverão se caracterizar pela qualidade, alto padrão acadêmico e metodológico, inovação e por sua contribuição para o desenvolvimento profissional do aluno e do campo de comunicação no Estado de Pernambuco.

Buscando incessantemente a qualidade dos trabalhos e seu constante aprimoramento, foram criadas as normas específicas para **TCC** apresentadas neste Manual. Tratam-se de orientações básicas para a realização do trabalho, normas de avaliação e apresentação.

Cientes da importância da experiência proporcionada pelo **TCC**, esperamos que todos possam dar a sua contribuição para o aprimoramento da disciplina, participando ativamente do processo e respeitando as normas e o cronograma aqui apresentados.

Esse Manual contempla as especificações do Projeto e da Pesquisa que o discente desenvolverá.

Prof. Jademilson Silva, MsC
Coordenador do Curso de Publicidade e Propaganda

¹ Formatado, inicialmente, em 2004, pelo Prof. Msc. Luiz Mário do Vale D’Avila e Profa. Maria Vitória da Silva Santos

SUMÁRIO

1 – MODALIDADES DE TCC.....	04
2 – ÁREAS DE ATUAÇÃO.....	05
3 – PROFESSORES ORIENTADORES	05
4 – NORMAS GERAIS	06
5 – AVALIAÇÃO POR MODALIDADES	10
6 – SUGESTÃO PARA ESTRUTURAÇÃO BÁSICA DOS TRABALHOS	14
7 – CRONOGRAMA	20

1 – MODALIDADES DE TRABALHOS

O **Trabalho de Conclusão de Curso – TCC** - pode ser desenvolvido nas seguintes modalidades:

A) Monografia (MON)

Objetivo: Preparar o aluno para o aprofundamento na área acadêmica. Incentivar a análise conceitual e teórica na área de atuação.

Caracterização: A monografia caracteriza-se por um trabalho reflexivo a respeito de um tema ou problema e que resulta de um processo de investigação sistemática. É desenvolvida através de revisão de literatura e pesquisa empírica (se for o caso). Exige uma análise crítica, reflexão e maior aprofundamento teórico por parte do autor. A modalidade também poderá ter as características metodológicas de um estudo de caso.

B) Planejamento de Marketing e Comunicação (PMC)

Objetivo: Preparar o aluno para atuar na área de marketing dentro das organizações. Aprimorar o desenvolvimento de planos estratégicos de Marketing e Comunicação.

Caracterização: O Projeto de Planejamento de Marketing e Comunicação compreende o diagnóstico, planejamento e implementação de estratégias de marketing para um cliente real. É um trabalho que envolve um maior aprofundamento administrativo e empresarial, técnicas de diagnóstico, pesquisa e planejamento estratégico e mercadológico. Deve resultar em plano de ações que envolvam o marketing mix da organização estudada. As ações devem ser implementadas total ou parcialmente em função das condições objetivas, da negociação com a organização e dos prazos da disciplina.

C) Desenvolvimento de Campanha Publicitária (DCP)

Objetivo: Preparar o aluno para atuar em agências de publicidade, veículos e fornecedores de propaganda, vivenciando o processo de planejamento, criação e produção em publicidade. Elaboração do portfólio dos alunos.

Caracterização: Esta modalidade caracteriza-se pelo desenvolvimento de campanha publicitária institucional, política ou promocional para um cliente real. Deverá conter o planejamento estratégico de comunicação, fundamentado em pesquisa, diagnóstico e briefing, produção das peças publicitárias, planejamento de mídia e formas de controle dos resultados da campanha. As ações devem ser implementadas total ou parcialmente em função das condições objetivas, de negociação com a organização e dos prazos da disciplina.

2 – ÁREAS DE ATUAÇÃO

O aluno poderá desenvolver **Trabalho de Conclusão de Curso – TCC** em diversas áreas, privilegiando a investigação e atuação no mercado regional.

Para os **trabalhos monográficos**, poderão ser realizados estudos relacionados à Comunicação, Mídia, Novas Tecnologias, Publicidade e Propaganda e Marketing. Esses deverão se fundamentar em estudos de casos e pesquisa empírica (se for o caso).

Para as modalidades **PMC** e **DCP**, os trabalhos poderão estar direcionados às seguintes áreas, dentre outras:

- Produção Cultural
- Marketing Esportivo
- Campanhas Institucionais
- Lançamentos de Produtos e Serviços
- Marketing Político
- Marketing Turístico
- Campanhas Promocionais

Os Projetos de Planejamento de Marketing e Comunicação e Desenvolvimento de Campanha deverão também apresentar pesquisa bibliográfica/documental, pesquisa de mercado e de comunicação que fundamentem as ações propostas. Outras opções poderão ser apresentadas e negociadas junto aos professores orientadores, caso ocorram.

Importante:

Organizações afins à Escola Superior de Marketing – Esm/Fama, como Instituições de Ensino Superior – IES, não poderão ser objeto de estudo no Trabalho de Conclusão de Curso – TCC.

3 – PROFESSORES ORIENTADORES

O corpo de Professores Orientadores para o semestre letivo será composto por professores da Escola Superior de Marketing – Esm/Fama, que poderão orientar o número máximo de projetos indicados. O corpo de orientadores será formado por 3 professores. Há possibilidade de ter a figura de co-orientador, porém o mesmo não será remunerado pela IES.

4 – NORMAS GERAIS

I – Indicação do Professor Orientador

O aluno poderá sugerir seu orientador, mas caberá à Coordenação de Curso, a decisão final, respeitando-se sempre o número de projetos que cabe a cada orientador e as modalidades que os professores estão capacitados a orientar. Sempre que possível, a Coordenação buscará atender a indicação feita pelo aluno, o que não implica no compromisso da instituição de aceitar a sugestão. Assim, os grupos ou alunos não contemplados no primeiro momento serão indicados a outros orientadores. Um co-orientador só será aceito com a autorização do professor orientador, bem como o mesmo não será remunerado pela faculdade.

II – Formação de Equipe

Cada projeto poderá ser desenvolvido individualmente ou em grupos de até 02 alunos². As equipes formadas não poderão exceder, no entanto, o número máximo de projetos a serem orientados no semestre letivo vigente. Caso haja um número excedente, é facultada à Coordenação de Curso a sugestão de aglutinação de grupos ou alunos.

III – Funções do Professor Orientador

As reuniões de orientação deverão ser agendadas previamente e comunicadas aos alunos. Após o agendamento, o professor orientador deverá oficializar o calendário de orientações (pode ser o modelo de plano de aula), encaminhando documento à Coordenação do Curso com os dias e horários das reuniões.

Nas reuniões agendadas deverão estar presente todos os membros do grupo. O professor realizará controle de presença da disciplina, não podendo ser aprovado o aluno que faltar a mais de 25% das reuniões. É facultado ao professor orientador estabelecer se orientará apenas 01 integrante da dupla, caso o outro falte.

² A monografia deverá ser feita individualmente.

Cabe ao professor orientador o controle sobre o cumprimento de todas as etapas do **Trabalho de Conclusão de Curso - TCC**, inclusive o respeito ao cronograma semestral definido por ele próprio para disciplina.

Cabe ao professor orientador a definição e indicação dos componentes da Banca Examinadora Final, escolhidos para cada projeto. Esta indicação deverá ser encaminhada à Coordenação do Curso 15 dias antes da apresentação oral final.

O professor orientador é co-responsável pelo **TCC**. Por isso, qualquer divergência existente entre o orientador e os alunos deverá ser comunicada imediatamente à Coordenação do Curso para as devidas providências. Cabe ao Professor Orientador emitir relatórios trimestrais sobre o andamento e cumprimento do cronograma dos projetos sob sua responsabilidade.

A orientação é feita de maneira presencial. Não é permitida orientação via e-mail ou telefone. O professor orientador não é obrigado a fornecer números de telefones e e-mail para o orientando. É terminantemente proibida orientação ao aluno que não esteja matriculado e fora da ata de frequência.

IV- Direitos e Deveres dos Alunos de TCC

Todos os alunos deverão estar presentes nas reuniões de orientação do **TCC**, sob pena de ser considerado faltoso na disciplina. Após a indicação e definição do professor orientador, não serão aceitas mudanças. O aluno ou grupo terá o compromisso com o seu orientador durante todo o período letivo. O aluno só receberá orientação do trabalho estando devidamente matriculado na disciplina. Faltas dos meses de fevereiro e agosto serão computadas. Todos os alunos deverão estar plenamente conscientes das normas contidas nesse Manual, devendo respeitá-las e cumprir o cronograma estabelecido.

O não cumprimento das determinações do Professor Orientador ou das normas aqui definidas poderá implicar em reprovação na disciplina de **Trabalho de Conclusão de Curso – TCC**.

V – Entrega do Projeto³

O projeto final será entregue na disciplina Projeto I (currículo antigo) ou TCCI (currículo novo). Na I unidade o projeto valerá de 0 a 7 pontos e na II unidade também de 0 a 7 pontos (o resto da pontuação segue a normatização do processual – 3). O aluno que tiver frequência superior a 25% da disciplina estará automaticamente reprovado, bem como se não tiver a média mínimo de 7 pontos. Portanto, o aluno deverá ter a máxima atenção com o cronograma da disciplina. Ao término do semestre letivo o professor da disciplina entregará os projetos corrigidos com os nomes dos respectivos professores orientadores à coordenação do curso.

³ Disciplina Projeto I (7º período do currículo antigo) e TCCI (6º período do currículo novo)

VI – Entrega do Relatório Final⁴

Todos os grupos deverão entregar ao professor orientador três cópias impressas e encadernadas do Relatório Final do TCC para avaliação da Banca Examinadora Final na data definida pelo cronograma semestral da disciplina. Não há 2ª chamada do Relatório Final e muito menos Recuperação. A Coordenação do Curso, juntamente com o Professor Orientador encaminhará os Relatórios aos Membros da Banca Examinadora Final que emitirão parecer sobre os projetos. Em caso de convidados externos à Esm o orientador juntamente com o grupo de alunos se responsabilizará pelo encaminhamento do material.

VII – Banca Examinadora Final

Caberá ao Professor Orientador, com aprovação final da Coordenação de Curso, indicar os componentes da Banca Final (formada entre 3 a 4 membros). Para que o Professor Orientador defina a banca, deverá ter os currículos dos seus componentes em mãos, 15 (quinze) dias antes da data de entrega do trabalho final. O cronograma das apresentações finais e a composição da Banca Examinadora Final serão divulgados com uma antecedência de 10 (dez) dias antes da data de início das Apresentações Orais Finais. Após a divulgação do cronograma de apresentações não haverá alteração de data e/ou horários, salvo em casos extremos que serão julgados pela Coordenação de Curso.

VIII – Condições para Participação na Apresentação Oral Final

A Apresentação Oral Final é uma etapa obrigatória da disciplina **Trabalho de Conclusão de Curso - TCC**. Só poderão participar da Apresentação Oral Final os alunos que apresentarem o trabalho concluído 15 dias antes da apresentação final. Em caso de dupla, o TCC só poderá ser apresentado com os dois alunos, pois caso contrário serão reprovados. O aluno terá até 30 minutos para fazer a defesa oral.

IX – Correção da Versão / Relatório Final

Os alunos deverão entregar a Versão Final do **TCC** corrigida, incorporando as observações feitas pela Banca Examinadora Final, no prazo estipulado no cronograma (15 dias após a apresentação final). Cabe ao Professor Orientador definir quais as sugestões realizadas pela Banca Examinadora final que devem ser incorporadas à Versão Final do Projeto.

X – Entrega da Versão Final

Deverá ser entregue, até 15 dias após a apresentação final, uma cópia impressa e uma cópia em CD-ROM da Versão Final Corrigida do **TCC** ao Núcleo de Apoio Profissional e Pedagógico (Nappe), a qual será devidamente protocolada. Na ocasião, o aluno também acrescentará a folha de aprovação ao TCC com a nota da banca.

⁴ Disciplina Projeto II – orientações (8º período do currículo antigo) e Disciplina TCC II (7º período do currículo novo)

Trata-se da Versão Final Corrigida, ou seja, o trabalho final que foi corrigido após avaliações e sugestões feitas pela Banca Examinadora Final. **Também deverão ser entregues, neste momento, uma cópia do material gráfico e audio-visual produzido.**

ATENÇÃO: As notas finais dos trabalhos só serão divulgadas após a entrega protocolada da Versão Final corrigida.

XI – Padronização dos Trabalhos

Todos os trabalhos, em todas as etapas, deverão ser entregues digitados e obedecendo às normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. O Trabalho Final também deverá passar por revisão de língua portuguesa. A não obediência às normas da ABNT implicará em redução da nota. Na biblioteca e no aluno on-line do Portal Acadêmico há o Manual de Padronização da Esm/Fama.

XII – Acervo Biblioteca

Todos os Projetos aprovados e corrigidos passarão a integrar o acervo da Biblioteca da ESM. Por isso, é imprescindível a entrega da Versão Final corrigida em encadernação adequada (em capa dura na cor azul na letra dourada). Porém, para critério de consulta pública, só serão publicados os TCCs com nota superior a 9 (nove).

XIII – Avaliação

A avaliação é individual, mesmo para aqueles projetos desenvolvidos em equipe, o que poderá implicar em notas diferenciadas para os componentes de um mesmo grupo. O Professor Orientador deverá avaliar individualmente o aluno durante o processo de orientação que se distribui ao longo do ano letivo. Será aprovado o aluno que obtiver média final igual ou superior a 7,0 (sete). Os alunos que não obtiverem essa média serão considerados reprovados. O não cumprimento de qualquer etapa da disciplina no prazo estipulado implicará em nota zero naquela etapa específica. O cronograma da disciplina **TCC** estabelece prazos para a entrega dos trabalhos das diversas etapas realizadas pelo aluno. Esses prazos são considerados improrrogáveis, a qualquer título e também nesse caso, os alunos que não cumprirem tais prazos terão nota 0 (zero) na respectiva etapa. Só será encaminhado à biblioteca para consulta pública o TCC que tiver nota acima de 9 (nove).

OBSERVAÇÕES GERAIS

PROJETO

O projeto (realizado na disciplina Projeto I ou TCC I) deverá ser entregue ao Professor Orientador (disciplina de Projeto II ou TCC II) no início do período letivo, conforme data prevista no cronograma. O Professor poderá solicitar aos alunos reformulações parciais. Os trabalhos deverão ser reapresentados ao professor orientador em um prazo máximo de 15 (quinze) dias.

O projeto será avaliado pelo Orientador através dos seguintes critérios: clareza do objeto de estudo; clareza na identificação dos problemas; originalidade da proposta e pertinência da bibliografia indicada.

RELATÓRIO DE PESQUISA (Projeto II ou TCC II)

O Relatório de Pesquisa será avaliado pelo Professor Orientador. Devem ser observadas a coerência com o problema proposto no projeto, a metodologia utilizada, análise dos dados obtidos e sua efetiva utilização para a solução do problema. O Relatório de Pesquisa avaliado pelo Professor Orientador deverá ser encaminhado à Coordenação de Curso.

PRIMEIRA VERSÃO DA MONOGRAFIA (Projeto II ou TCC II)

A primeira versão do trabalho, na modalidade Monografia será avaliada pelo Professor Orientador ao cumprir 50% da carga-horária da disciplina antes da apresentação oral. A Primeira Versão já deverá apresentar toda a estrutura da Versão Final, devendo ser reformulada após as sugestões do Professor Orientador.

PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO – MODALIDADE PMC (Projeto II ou TCC II)

Deverá ser apresentada ao Professor Orientador o Plano de Implementação de ações Mercadológicas e de Comunicação, sugerido a partir da pesquisa realizada e das informações já constantes do Relatório de Pesquisa. O Plano deverá ser avaliado e reformulado após as sugestões do professor Orientador.

PLANO DE CAMPANHA – MODALIDADE DCP (Projeto II ou TCC)

Deverá ser apresentado ao Professor Orientador o Plano de Campanha Publicitária sugerido a partir da pesquisa realizada e das informações já constantes do Relatório de Pesquisa. O Plano deverá ser avaliado e reformulado após as sugestões do Professor Orientador.

VERSÃO FINAL / RELATÓRIO FINAL (Projeto II ou TCC II)

Os alunos deverão entregar 3 (três) cópias da Versão Final do Trabalho ao professor orientador para encaminhamento à Banca Examinadora Final. Cada membro da banca examinadora Final terá 5 (cinco) dias úteis para leitura do trabalho e emissão de parecer contendo seus comentários e a nota atribuída ao trabalho.

Caso o parecer de qualquer um dos membros da banca não seja entregue no prazo previsto, o peso equivalente a sua nota será incorporado à nota do professor orientador.

Para os projetos da Modalidade Desenvolvimento de Campanha Publicitária, também deverá ser encaminhada a campanha realizada, com todas as peças produzidas, para a Banca Examinadora Final. Esta irá atribuir nota diferenciada à Campanha e emitir parecer específico sobre a mesma, considerando sua pertinência e adequação aos objetivos expostos no Relatório Final.

As sugestões de correção, ajustes e aperfeiçoamento feitos pela Banca deverão ser incorporadas ao trabalho final, no prazo estipulado no cronograma. Cabe ao Professor Orientador repassar aos alunos as alterações que julgar convenientes.

BANCA EXAMINADORA FINAL (Projeto II ou TCC II)

Para participar da banca examinadora final, é necessário que os alunos estejam em condições reais de aprovação, ou seja, ter concluído todas as etapas estabelecidas no cronograma divulgado pelo professor orientador.

Ao final da Apresentação Oral Final, caso seja solicitado, o(s) aluno(s) deverá(ão) responder perguntas e/ou prestar esclarecimentos à Banca Examinadora. Cada apresentação terá duração máxima de 30 (trinta) minutos e cada membro da Banca terá até 10 (dez) minutos para realizar comentários ou fazer perguntas.

A avaliação do Professor Orientador representa 60% da nota final (respeitando-se os pesos específicos para cada item). As notas dos dois convidados corresponderão a 40% da nota final atribuída. Caso qualquer um dos membros da Banca não compareça, o peso correspondente à sua nota será dividido equitativamente entre o Professor Orientador e o outro componente.

7 – SUGESTÃO PARA ESTRUTURAÇÃO BÁSICA DOS TRABALHOS

A seguir são apresentadas sugestões para a estruturação dos documentos a serem apresentados. Na Biblioteca e no Portal Acadêmico da Esm/Fama tem o Manual de Trabalhos Acadêmico, onde o aluno se baseará para estruturar o projeto e o relatório de pesquisa.

PROJETO

O projeto é uma proposta que indica a intenção do pesquisador de investigar/trabalhar determinado tema/aspecto da realidade. Deve indicar claramente o objeto de estudo e, a partir dele, o(s) problema(s) a ser(em) investigados. O projeto deve, ainda, explicitar a importância e a relevância do trabalho proposto, indicando o escopo teórico pretendido.

Etapas

Capa

Folha de Rosto

Sumário

Introdução – Tema

- Contextualização;
- Lócus da Pesquisa;
- Problema de Pesquisa;
- Objetivos;
- Justificativa e Importância do Tema;
- Hipóteses.

Fundamentação Teórica

Procedimentos Metodológicos

Cronograma

Orçamento

Referências

Estrutura

-Capa:

A capa deve conter os seguintes elementos e na seguinte ordem:

- O nome da instituição onde está sendo apresentado o trabalho (no canto superior e todo em maiúsculo);
- Curso ao qual está sendo apresentado o trabalho (abaixo do nome da instituição e todo em maiúsculo);
- Nome do autor;
- Título e subtítulo (se houver) do trabalho (no centro da página e com dois pontos separando o título do subtítulo);
- Local (cidade) da instituição onde deve ser apresentada e ano da entrega do trabalho (no canto inferior da página e centralizado);
- Todo o texto desta página deve estar escrito em fonte 14 e maiúscula, exceto o título, que deve seguir em fonte 16 e maiúscula.

-Folha de Rosto:

A folha de rosto deve conter os seguintes elementos e na seguinte ordem:

- Nome da instituição (canto superior e centralizado);
- Título e subtítulo do trabalho, separados por dois pontos;
- Indicação da natureza acadêmica do trabalho (TCC, Dissertação, Tese, etc) e do objetivo (aprovação em disciplina, grau pretendido, etc), nome da instituição a qual a monografia será submetida, área de concentração e nome do orientador (em texto corrido e com recuo de 7,5 cm);
- Nome do aluno;
- Nome do coordenador;
- Local (cidade) da instituição onde deve ser apresentada e ano da entrega do trabalho (no canto inferior da página e centralizado);
- Todo o texto desta página deve estar em fonte 12, exceto o título (16).

-Sumário:

-Segundo Medeiros (2005) “é a lista de toda a matéria constante de um texto: é constituído do nome dos capítulos, das seções e subseções até três algarismos, com a indicação da página inicial”.

-Introdução (contextualização do tema, definição do problema ou questão central do projeto de pesquisa, objetivos, hipótese de pesquisa, justificativa):

-Delimitar no tempo e no espaço (contextualização do objeto de estudo). Explicitar de maneira clara e objetiva a importância do tema de pesquisa, justificando a escolha. É importante fazer uma discussão geral do tema com base nas leituras já realizadas.

-A problematização do tema deve ser apresentada em forma de uma questão de partida ou questão geral da pesquisa a ser realizada, com delimitação do campo de investigação. Finalizar a introdução em termos de uma projeção quando a possível contribuição que poderá ser dada para o avanço do conhecimento. Um problema de pesquisa está ligado a um problema de conhecimento, é um questionamento da realidade empírica. O problema de pesquisa tem como objetivo principal responder ao questionamento: “Por que é importante estudar esse problema?” Enfim, definir um problema de pesquisa significa especificá-lo com detalhes precisos e exatos, demonstrando clareza, concisão e objetividade.

-Objetivos: O objetivo geral representa o propósito, de forma ampla, do trabalho, ou seja, aquilo que o pesquisador pretende com a pergunta de pesquisa. O objetivo geral é amplo e abrangente, necessitando de uma fragmentação para sua melhor representação. Para isso são definidos os objetivos específicos, que são objetivos secundários, menores, que em conjunto representam o objetivo geral do trabalho. Os objetivos devem ser feitos com o verbo no infinitivo e de forma pontual.

-Justificativa: razões da escolha do assunto; motivos que levaram a tal escolha. É a relevância da investigação do ponto de vista da sua singularidade e importância no contexto sócio-econômico-político, para o desenvolvimento profissional do aluno e para o campo da reflexão social, em especial o marketing.

Entende-se por hipótese de um trabalho científico a suposição que se faz, na tentativa de explicar o que se desconhece e o que se pretende demonstrar, testando variáveis que poderão legitimar ou não o que se quer explicar ou descobrir. A principal função de uma hipótese é sugerir explicações para os fatos. Sendo uma suposta resposta ao problema que se vai estudar, a hipótese conduz a uma verificação empírica. Essa antecipação do conhecimento, que é provisória, após a realização da pesquisa, poderá ser confirmada ou rejeitada.

-Referencial Teórico

Também chamada de marco teórico, quadro teórico, quadro referencial ou revisão da literatura. A fundamentação teórica trata da literatura pertinente ao tema de pesquisa (objeto de estudo). Nesta parte do anteprojeto, recomenda-se uma boa articulação ou conexão entre os parágrafos, evitando-se a fragmentação. Também é recomendável utilizar palavras ou pequenas frases que facilitem as conexões entre os parágrafos.

-Método

Metodologia é o processo onde são aplicados diferentes métodos, técnicas e materiais, tanto laboratoriais como instrumentos e equipamentos para coleta de dados de campo. Deve-se explicar o tipo de pesquisa, a abordagem (quantitativa e qualitativa), universo/amostra, técnicas e instrumentos (observação, questionário, entrevista, formulário).

-Cronograma:

Elenco de todas as atividades que serão realizadas durante a pesquisa.

-Orçamento:

Planilha que vai estabelecer custos com a pesquisa (pessoal e material).

-Referências:

É todo material bibliográfico e documental pesquisado e citado no interior do texto de um trabalho.

RELATÓRIO DE PESQUISA (MONOGRAFIA)

O Relatório de pesquisa é um documento que sistematiza o processo de investigação, expõe seus resultados, indica conclusões ou comenta a finalização da pesquisa e indica pistas para novas investigações. Neste momento, o pesquisador retoma conteúdos do Projeto de Pesquisa, quer para afirmá-los, quer para negá-los. É o documento do acompanhamento da pesquisa. o relatório é a parte final da execução da pesquisa. É formatado conforme as regras da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Deve seguir um rigor científico na redação, discussão e conclusão. É dividido em capítulos. O projeto gráfico fica por conta da Instituição de Ensino Superior – IES.

Etapas**Elementos Pós-textuais**

Capa (obrigatório)
 Lombada (opcional)
 Folha de Rosto (obrigatório)
 Errata (opcional)
 Folha de Aprovação (obrigatório)
 Dedicatória (opcional)
 Agradecimento (opcional)
 Epígrafe (opcional)
 Resumo da língua vernácula (obrigatório)
 Resumo da língua estrangeira (opcional)
 Listas (opcional)
 Sumário (obrigatório)

Elementos Textuais

Introdução
Referencial Teórico
Método
Resultados e Análise
Discussão
Conclusão

Elementos Pós-textuais

Referências (obrigatório)
Glossário (opcional)
Apêndices (opcional)
Anexos (opcional)
Índice (opcional)

Estrutura**CAPA**

-Identificação do trabalho.

LOMBADA

-Identificação do trabalho quando encardonado e colocado na vertical.

FOLHA DE ROSTO

-Identificação do trabalho.

ERRATA

Identificação de algum termo ou palavra errada após o fechamento do trabalho.

Folha de aprovação

Termo que comprova a exposição e nota do trabalho, recomendando ou não a colocação no acervo da biblioteca.

DEDICATÓRIA

Para Acevedo e Nohara (2004) a dedicatória constitui uma homenagem [inclusive póstumas] do autor para outra pessoa. Tem um cunho mais emocional, podendo assim as pessoas a quem se dedica o trabalho não ter tido qualquer contribuição para a sua elaboração.

AGRADECIMENTO

“Este é o espaço para fazer os agradecimentos, mais no sentido de crédito do que de homenagem, às pessoas que efetivamente contribuíram na elaboração do trabalho. Professores e disciplinas cujos ensinamentos foram incorporados no trabalho, órgãos, instituições e autoridades que concederam autorizações para realização das pesquisas de campo ou documentais, bibliotecários e técnicos que facilitaram o trabalho de pesquisa e pessoas que auxiliaram na redação, tradução e/ou transcrição podem ser lembrados aqui” (CERVO; BERVIAN, 2002).

EPÍGRAFE

É a transcrição do pensamento de um autor, que em geral mantém relação com o tema do trabalho (ACEVEDO; NOHARA, 2004). Para Medeiros (2005) devem ser evitadas frases feitas, clichês, sabedoria universal, gotas de otimismo, provérbios, textos de auto-ajuda.

RESUMO EM LÍNGUA VERNÁCULA

No resumo devem ser apresentadas as principais informações do texto (ACEVEDO; NOHARA, 2004), mostrando o que há de essencial no texto de acordo com a seqüência em que são apresentadas no corpo do trabalho (CERVO; BERVIAN, 2002). Deve conter de 200 a 300 palavras. Formatação: Fonte Arial ou TNR, tamanho 12 para o título Resumo e 10 para o texto. O espaçamento entre linhas deve ser simples. Ao final devem constar as Palavras-chave. Separadas por ponto. Mínimo 3 e Máximo 5. As mesmas regras servem para o resumo em língua estrangeira.

LISTAS

- Lista de ilustrações
- Lista de tabelas
- Lista de abreviaturas e siglas
- Lista de símbolos
- Lista de tabelas, quadros, gráficos e figuras

SUMÁRIO

Segundo Medeiros (2005) “é a lista de toda a matéria constante de um texto: é constituído do nome dos capítulos, das seções e subseções até três algarismos, com a indicação da página inicial”.

INTRODUÇÃO

Engloba o texto introdutório (contextualização do problema, lócus, problema de pesquisa, objetivos geral e específicos e justificativa). Seu objetivo é determinar o foco do trabalho a ser desenvolvido. Assim, expõe o leitor ao tema/assunto. Lembrando que é uma visão geral do trabalho, pois busca provocar a curiosidade do leitor. O leitor poderá entender – de forma rápida e objetiva – a proposta integral do projeto. É preciso ser claro e conciso.

REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção tem por objetivo fornecer as bases teóricas para embasamento, entendimento e *resposta* teórica ao problema de pesquisa. Ele deve estar portanto calcado em textos científicos (já escritos e publicados) a respeito do assunto em questão. Desta forma, deve conter citações, mas jamais cópias integrais de textos.

MÉTODO

Seção responsável pela descrição de todo o procedimento a ser utilizado (no caso de projetos) ou já utilizados (no caso de relatório final de pesquisa) para realização do trabalho (da pesquisa). Nela devem constar as definições de: universo; unidade de análise; unidade de coleta; tipos de pesquisa; instrumento de coleta de dados; amostragem x censo; tipo de análise realizada. Delimitar o *corpus* da pesquisa.

RESULTADOS E ANÁLISE

Apresenta os resultados decorrentes da pesquisa empírica e sua análise.

DISCUSSÃO

“A discussão significa analisar os dados expostos no capítulo de resultados e relacioná-los com as pesquisas anteriores apresentadas na revisão da literatura [referencial teórico]. Na verdade, a discussão é tecida a partir da costura entre a análise dos resultados do estudo em comparação com o referencial teórico. A discussão sempre remete ao problema, aos objetivos e hipótese que foram apresentados na introdução” (ACEVEDO; NOHARA, 2006, p. 67).

CONCLUSÃO

A conclusão apresenta uma resposta mais clara ao problema de pesquisa formulado na introdução do mesmo. É um fechamento da questão (ACEVEDO; NOHARA, 2006), dado que todos os outros capítulos estarão trabalhando na busca por responder este mesmo problema. “A conclusão deve decorrer da discussão. Analisam-se os dados e depois conclui-se algo sobre essa análise” (ACEVEDO; NOHARA, 2006). A conclusão deve dialogar principalmente com os objetivos da pesquisa.

REFERÊNCIAS

Visa apresentar a indicação completa das fontes citadas no trabalho (para seu embasamento). Deve seguir as definições da ABNT para referências.

GLOSSÁRIO

Indicação da significação de alguns termos.

APÊNDICES

“Desenvolvimento autônomo elaborado pelo autor, a fim de complementar sua argumentação, sem prejuízo da unidade nuclear do trabalho.” (ABNT, 2002, p. 5, grifo nosso). São exemplos: questionários ou roteiros de entrevistas utilizados para coleta de dados.

ANEXOS

“São documentos acoplados ao trabalho que servem para comprovação, fundamentação ou ilustração do trabalho. Os anexos não são elaborados pelo autor do trabalho” (ACEVEDO; NOHARA, 2004, p.164). São exemplos: leis, decisões judiciais, organogramas, balanços, fluxogramas, mapas, autorização para pesquisa.

ÍNDICE

Roteiro ordenado por ordem alfabética ou assunto.

PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO E PLANO DE CAMPANHA MODALIDADES PMC E DCP

Tanto o Plano de Implementação como o Plano de Campanha são instrumentos de planejamento que objetivam orientar a intervenção mercadológica, comunicacional e publicitária identificada pela pesquisa como sendo necessária, relevante e possível no tempo disponível e com o dispêndio financeiro patrocinável.

Estrutura Geral:

A – Apresentação: anuncia o documento e as finalidades do trabalho.

B – Justificativa: fundamenta as ações propostas tomando para isso os resultados obtidos na pesquisa e junto à organização. É importante estar atento para justificar especialmente a intervenção na realidade específica que se escolheu ao invés de permanecer em argumentos gerais que justificariam qualquer outro projeto da mesma natureza.

C – Linhas de ação: indica as linhas de ação sugeridas pela pesquisa e aquelas que serão efetivamente implementadas.

D – Público-alvo: caracteriza os sujeitos que serão atingidos com as ações propostas.

E – Objetivos: explicitam os resultados esperados em termos gerais e específicos.

F – Metas: correspondem à quantificação dos objetivos das ações a serem implementadas, de modo a torná-las operacionalizáveis, em prazos determinados.

G – Plano de Ações: detalha os procedimentos necessários para viabilizar a realização das metas e, conseqüentemente, o alcance dos objetivos.

H – Cronograma: distribui no tempo todos os procedimentos previstos no Plano de Ações.

I – Recursos e Orçamento: especificam os recursos necessários quer materiais, quer humano e atribui a despesa correspondente a cada um, bem como sua fonte de financiamento.

Observação: Para o Plano de Campanha, deverão ser detalhados, no plano de ações, o plano de criação, mídia e produção das peças publicitárias.

RELATÓRIO FINAL DAS MODALIDADES PMC E DCP

O trabalho final destas modalidades compreende o Relatório Final de Pesquisa, a exposição do plano de implementação ou de campanha e os produtos realizados a partir do plano, quer seja a descrição das ações realizadas, quer seja a apresentação das peças produzidas. Trata-se de um documento de caráter acadêmico e também deverá seguir algumas normas de apresentação aplicadas à Monografia.

Estrutura Geral:

A – Páginas Preliminares: conforme apresentado na Versão Final da Modalidade Monografia.

B – Corpo do Texto:

Introdução: Retoma todo o processo e contextualiza, de forma genérica, cada uma das etapas (projeto de pesquisa, objetivos e resultados e propostas), fornecendo uma visão global do trabalho realizado.

Desenvolvimento: Constitui o corpo do trabalho e deve ser subdividido em capítulos. Compreende a fundamentação teórica, metodologia, conclusões da pesquisa e descrição da prática, que deve resgatar, de forma mais profunda, os resultados apresentados no relatório de pesquisa e o plano de ações proposto. As ações devem estar justificadas com argumentos que sustentem a intervenção frente aos resultados obtidos na pesquisa e aos objetivos delineados. Apresenta os resultados e a avaliação da produção realizada, descrevendo e justificando todo o processo, desde a concepção do plano, passando pela execução do que foi planejado e pela avaliação final dos resultados obtidos. Em casos de produção de campanha publicitária ou peças promocionais, deve-se apresentar roteiros, scripts, layouts, etc. as peças produzidas e finalizadas serão entregues em anexo ao Relatório.

C – Conclusão: nesta seção deve-se discutir criticamente o projeto de atividades realizado enquanto uma experiência na área profissional, colocando as possibilidades e o referencial teórico de acordo com o que foi executado e cotejando a pertinência e os resultados alcançados com os conceitos e fontes que fundamentaram o processo.

ATENÇÃO: Livros recomendados para o Projeto de Pesquisa e Relatório

CERVO, Amado Luiz. *Metodologia científica*. São Paulo: Prentice Hall, 2006

DUARTE, Jorge. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo Lopes. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.

MEDEIROS, João Bosco. *Redação científica*. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Maria Marly de. *Como fazer: projetos, relatórios, monografias, dissertação e teses*. São Paulo: Campus, 2008.

RUDIO, Franz Victor. *Introdução ao projeto de pesquisa científica*. São Paulo: Vozes, 2008.

Considerações finais:

Os casos omissos serão resolvidos pela Coordenação de Publicidade e Propaganda e, quando necessário, pelo Colegiado do Curso. As normas desse manual observam o disposto nas Normas e Procedimentos Gerais para os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) de Graduação da Escola Superior de Marketing/Esm. Os melhores trabalhos poderão ser publicados na Revista Mercatus Digital e apresentados na Jornada de Iniciação Científica da Faculdade.

*Prof. Jademilson Silva, MsC
Coordenação de Publicidade e Propaganda*