UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

REDE SIRIUS – Rede de Bibliotecas UERJ

Direção: Rinaldo Cavalcante Magallon

Coordenação do Núcleo de Planejamento e Administração: Ana Clara Brandão

Coordenação do Núcleo de Memória, Informação e Documentação: Luciana de Avellar Mattos

Coordenação do Núcleo de Processos Técnicos: Taciane Ferreira da Silva

Coordenação do Núcleo de Tecnologia da Informação e Comunicação: Gabriel Alvarez Vidal

BIBLIOTECA CTC/F – Tecnologia e Ciências F (Resende)

Bibliotecária-Chefe: Márcia Saraiva Carvalho Tonelotto

Bibliotecária: Betânia Siqueira Ferreira

Bibliotecário: Leonardo Sales Ribeiro Duarte

Técnica Administrativa: Ana Raphaella Faria Denadai

Técnico Administrativo: Kélcio José Gomes

Técnica Administrativa: Michelle França Rabelo Cunha

Localização

Campus Regional Resende – CRR Resende – RJ

Faculdade de Tecnologia – FAT UERJ Resende – RJ

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 2
2 ORIENTAÇÕES DE USO 3

1 INTRODUÇÃO

Buscando auxiliar os discentes da Faculdade de Tecnologia – FAT, localizada no Campus Regional Resende – CRR, o Guia Estrutural de Normalização de Trabalhos Acadêmicos – Artigo foi construído. Seguindo os exemplos e instruções presentes neste Guia, será mais simples organizar o trabalho segundo as normas ABNT necessárias para formatar o projeto.

O Guia Estrutural de Normalização de Trabalhos Acadêmicos – Artigo, em sua essência, apresenta as orientações de uso, os quais esclarecem as fases em que o discente e o docente devem percorrer, bem com a estrutura da monografia, identificando os elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais.

Recomendamos que, além de seguir este Guia, entre em contato com a biblioteca a fim de tirar as dúvidas, o que pode ser feito a **qualquer momento**, em especial durante o desenvolvimento da pesquisa.

Trechos de um artigo foram utilizados para melhor ilustrar a forma como estruturar um documento deste tipo, bem como fornecer alguns exemplos importantes de serem compreendidos em sua elaboração. Segue a referência do artigo:

PIATO, Éderson Luiz; SILVA, Andrea Lago da; PAULA, Verônica Angélica Freitas. Análise das vantagens e desvantagens das marcas próprias do atacado para os clientes varejistas. **Production**, v. 24, n. 2, p. 283-294, Abr./Jun. 2014. Disponível em: https://www.scielo.br/j/prod/a/ZwS3PqRG5pZdw8NHFNsZ5pB/?format=pdf&lang=pt. Acesso em: 16 maio 2024,

Obs.: Em caso de artigo formatado e submetido em outro tipo de norma (para um periódico científico e/ou evento), ao entregar para a biblioteca mantenha no formato enviado e acrescente os pré-textuais apresentados neste Guia.

2 ORIENTAÇÕES DE USO

A partir da daqui, **a qual não faz parte do artigo propriamente dito**, estão contidos alguns tópicos com orientações para o processo de execução e entrega de Projetos de Conclusão de Curso (também conhecido como Trabalho de Conclusão de Curso - TCC) para a Biblioteca.

Também faz parte deste processo, o preenchimento e assinatura do **Termo de Autorização para Publicação no Repositório Digital da Rede Sirius** pelo(s) autor(es) ou autores do Projeto de Graduação, o qual se encontra na última página deste Guia.

Como proceder para elaborar e entregar o Projeto de Graduação (TCC) para a Biblioteca:

1) Procurar a Biblioteca para auxiliar no desenvolvimento do artigo, em qualquer momento. Podendo ser, inclusive, durante a elaboração do tema do artigo.
2) Requisitar à Biblioteca a revisão na formatação (utilizar este Guia Estrutural como base antes de enviar para a revisão) até **duas (2) semanas antes** da defesa (encaminhe o artigo a ser corrigido em formato PDF);
3) Após a defesa, ajustar o artigo conforme sugestão da banca (se houver).
4) Enviar o artigo para a Biblioteca com **todos os ajustes realizados e assinaturas dos membros da banca**, solicitando então a **Ficha Catalográfica**. Após o recebimento da Ficha Catalográfica, basta a inserir no artigo, na devida posição, conforme orientado pelo Guia;
5) Preencher o Termo de Autorização para Publicação no Repositório Digital da Rede Sirius, com a assinatura feita à **mão ou digitalmente pelo gov.br**, **necessariamente**. Um Termo por autor. O Termo se encontra ao final deste guia;
6) Digitalizar o Termo de Autorização para Publicação no Repositório Digital da Rede Sirius (em PDF);
7) Entregar ao(à) Orientador(a) os seguintes arquivos (**e não à biblioteca**):
    a. Artigo **corrigido**;
    b. Termo de Autorização para Publicação no Repositório Digital da Rede Sirius (em PDF).
8) O(A) Orientador(a) deverá encaminhar os arquivos para o e-mail ctcf@uerj.br:
    a. Artigo;
    b. Termo de Autorização para Publicação no Repositório Digital da Rede Sirius (em PDF).
9) Sugestão de texto para encaminhamento do Orientador (para ser arquivado na Biblioteca):

> ***Declaro para os devidos fins que José Joaquim de Babaçu e Maria Joaquina Ipê-rosa concluíram a defesa de seu projeto de conclusão de curso e cujos ajustes foram devidamente efetuados.***
>
> ***Desta forma, encaminho o referido projeto para arquivamento na Biblioteca bem como o Termo de Autorização para Publicação no Repositório Digital da Rede Sirius.***

Dica:
Pode ser utilizado aplicativo de scanner (no celular) para facilitar a digitalização do **Termo de Autorização para Publicação no Repositório Digital da Rede Sirius**.

Figura 1 – Esquema do procedimento a ser realizado

Fonte: Elaborado pelos autores

OBRIGATÓRIO

Superior

3 cm

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Tecnologia e Ciências

Faculdade de Tecnologia

Departamento de Engenharia de Produção

Nome do Departamento de seu curso!

- texto na cor PRETA,
- fonte tamanho 12
- eespaçamento de 1,5 entrelinhas!

Andréa Garcia Ferreira
Diana Salgueiro Nascimento

Um guia didático para formatação de artigo científico: segundo as normas da ABNT

Esquerda

3 cm

Direita

2 cm

Subtítulo: se houver, deve ser precedido de dois pontos, evidenciando a sua subordinação ao título

Resende

2025

Inferior

2 cm

OBRIGATÓRIO

FOLHA DE ROSTO

Andréa Garcia Ferreira

Diana Salgueiro Nascimento

Um guia didático para formatação de artigo científico:

segundo as normas da ABNT

Recuo de 8cm

Projeto Final de Graduação apresentado ao Departamento de Engenharia de Produção de Faculdadede Tecnologia, Universidade do Estado Rio de Janeiro, como parte dos requisitos para obtenção do Diploma de Graduação pelo Curso de Engenharia de Produção.

Orientador: Profª. Dra. Laura Minho Saraiva

Coorientador: Prof. Timóteo Taveiros Outeiro

Como inserir a marca d'água

https://www.youtube.com/watch?v=FfyqPKcuRgM

Resende
2025

FICHA CATALOGRÁFICA

OBRIGATÓRIO

A Ficha Catalográfica deve ficar posicionada no meio da folha para baixo, assim como no exemplo.

CATALOGAÇÃO NA FONTE

UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CTC/F

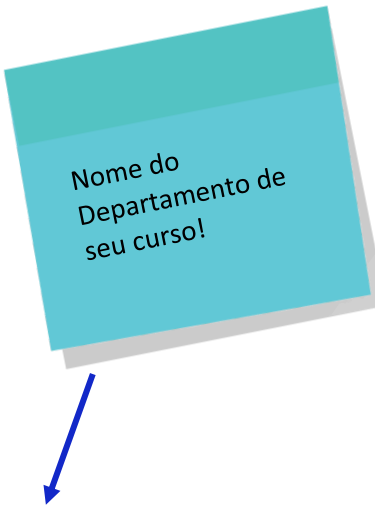
A Ficha Catalográfica será elaborada pela Biblioteca CTC/F.

O aluno envia e-mail com o projeto **finalizado** (após ajustes da banca examinadora e orientador) para **ctcf@uerj.br**

Ao final deste Guia, preencha e assine o Termo de Autorização para Publicação no Repositório Digital da Rede Sirius.

FOLHA DE AVALIAÇÃO

Andréa Garcia Ferreira
Diana Salgueiro Nascimento



Um guia didático para formatação de artigo científico:

segundo as normas da ABNT

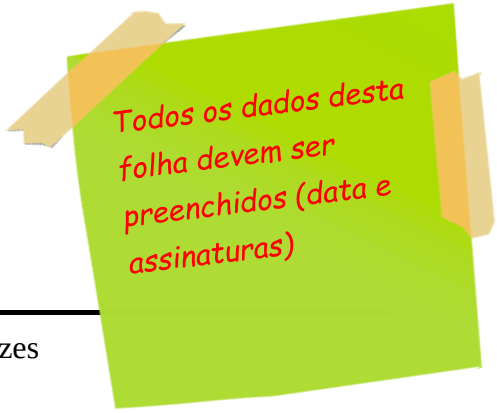
Recuo de

8cm

Projeto Final de Graduação apresentado ao Departamento de Engenharia de Produção de Faculdadede Tecnologia, Universidade do Estado Rio de Janeiro,como parte dos requisitos para obtenção do Diploma de Graduação pelo Curso de Engenharia de Produção.

Aprovados em: _____/_____/ 202__.

Banca Examinadora:



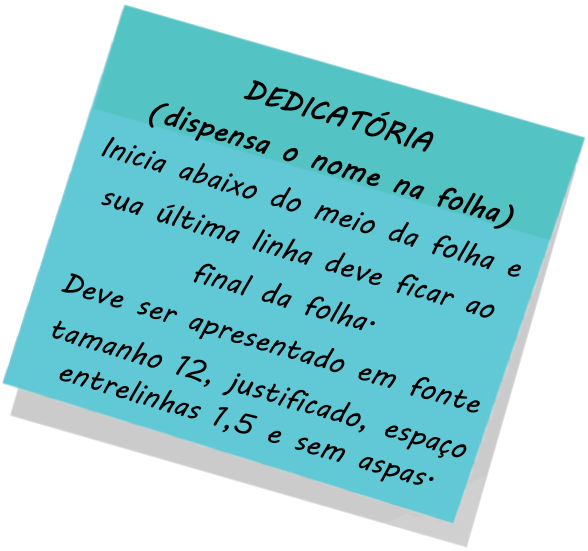
Prof. Dra. Lúcia Mara Silva de Menezes
Faculdade de Tecnologia

Prof. Dr. Timóteo Taveiros Outeiro
Faculdade de Tecnologia

Profª. Dra. Laura Minho Saraiva
Faculdade de Tecnologia

Resende
2025

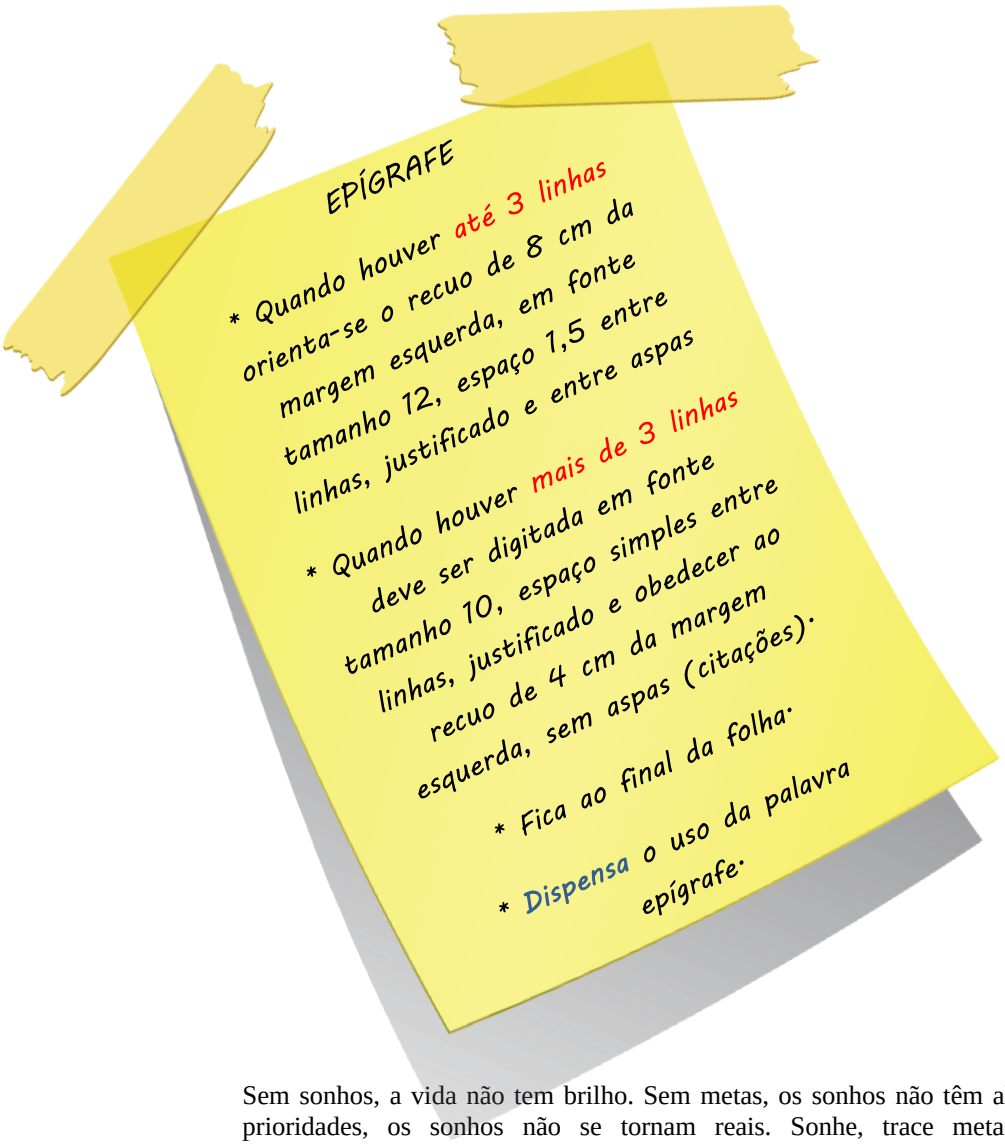
DEDICATÓRIA



Dedico este trabalho a minha família por investirem na minha educação e me apoiarem. Aos meus professores por todo o suporte e aos colegas que colaboraram de alguma forma, com todo meu carinho.

OPCIONAL

EPÍGRAFE



Sem sonhos, a vida não tem brilho. Sem metas, os sonhos não têm alicerces. Sem prioridades, os sonhos não se tornam reais. Sonhe, trace metas, estabeleça prioridades e corra riscos para executar seus sonhos. Melhor é errar por tentar do que errar por se omitir!

Augusto Cury

OBRIGATÓRIO

Insira o título imediatamente antes do texto

3 cm

2 cm

6

Análise das vantagens e desvantagens das marcas próprias de atacado para os clientes varejistas

Título em outro idioma é opcional, mas recomendado.

Lembrete: Não deixe de ler a introdução do Guia Estrutural. Há informações importantes

Analysis of advantages and disadvantages of wholesaler´s own brands for retail customers

Autores: Éderson Luiz Piato[1], Andrea Lago da Silva[2], Verônica Angélica Freitas de Paula[3]

Resumo: O objetivo deste artigo é identificar e discutir as principais vanta[illegible]e desvantagens para os pequenos e médios varejistas supermercadistas [illegible] produtos de marcas próprias do atacadista distribuidor. A partir de [illegible] exploratório, no qual foram realizadas entrevistas semiestruturadas [illegible] supermercadistas, observou-se que muitas vantagens e desvantagens relacionadas pela literatura com base em varejistas de grande porte e atacadistas se assemelham àquelas apontadas pelos varejistas. Contudo, os varejistas apontam dificuldades inerentes ao processo de comercialização que nenhum outro agente distribuidor apresenta. Verificou-se que apenas [illegible]arejistas associados à rede do atacadista se beneficiam das principais vantagens das [illegible]as próprias, pois os varejistas independentes possuem restrições quanto ao vínculo das [illegible]s com as lojas e veem como principal vantagem a obtenção de margens de lucro mais [illegible]s. Desvantagens/dificuldades na comercialização de marcas próprias também são apontadas por clientes varejistas.

O resumo fica imediatamente antes do texto

Fonte TIMES ou ARIAL, tamanho 12

Impresso em folha A4

Espaçamento de 1,5 entrelinhas

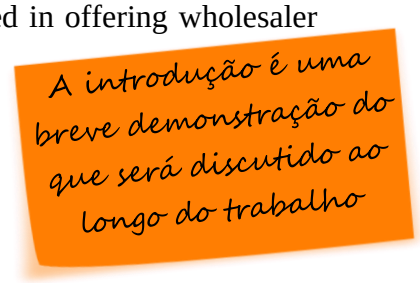
Palavras-chave: marcas próprias; atacado distribuidor; varejo supermercadista.

Abstract: The aim of this paper is to identify and discuss the main advantages and disadvantages of wholesaler´s own brands for small and medium retailers. In a qualitative, exploratory study, 15 semi-structured interviews with supermarket retailers [illegible] The results show that the advantages and disadvantages mentioned by [illegible] retailers were similar to those obtained in a literature review, which wa[illegible] large retailers and wholesalers. The interviewed retailers also mentioned [illegible] to wholesaler brands. It was also found that only retailers associated with the [illegible] benefit from the association between the brand and the store, as independent retailers have restrictions in bonding the brands to their stores. Independent retailers primarily benefit from

Embora seja um elemento opcional, o resumo em outro idioma é recomendado

[1] piato@ufscar.br, UFSCar, Brasil
[2] deialago@ufscar.br, UFSCar, Brasil
[3] veronica@fagen.ufu.br, UFU, Brasil

higher profit margins. The disadvantages and difficulties encountered in offering wholesaler brands are also mentioned by the interviewed retail customers.



Keywords: own brands; wholesale distributor; supermarket retailer.

1 INTRODUÇÃO

O crescimento do setor atacadista distribuidor nos últimos dez anos esteve relacionado ao crescimento do pequeno e médio varejo supermercadista. Em 2008, o varejo nacional obteve seu melhor desempenho, registrando crescimento no faturamento das vendas reais de 10,5% (Hilário, 2009). Esse desempenho se deve ao crescimento de todos os formatos de varejo, especialmente dos supermercados médios, com crescimento de 11,6%, e do pequeno varejo, que cresceu 6,5% (Eloi, 2009). Em 2010, os supermercados médios também foram os que mais cresceram (9,7%) e os pequenos supermercados cresceram 6% (Eloi, 2011). O setor atacadista distribuidor foi um dos indutores desse crescimento pois, além de ser importante fornecedor desse mercado (Eloi, 2009), também contribuiu para o melhor desempenho competitivo desses clientes. Assim como na Europa e EUA, o setor atacadista brasileiro também adotou nova postura estratégica e passou a se envolver mais com questões mercadológicas (Alcântara, 1997), principalmente relacionadas ao desenvolvimento de marcas (Piato, 2006). O atacado brasileiro também descobriu a importância da utilização da estratégia de marcas próprias – "[...] marcas desenvolvidas e vendidas com exclusividade por varejistas ou atacadistas." (Parente, 2000, p. 194).

[...]

Artigos, teses e dissertações focalizam em maior parte as perspectivas do varejo supermercadista de grande porte e do consumidor final de marca própria. Como exceções, os estudos de Oliver (2001), Toillier (2003), Oubiña, Rubio e Yagüe (2006), Tarziján (2007), Gómez e Rubio (2008), Gómez e Benito (2008) e Yokoyama (2010) focalizam a perspectiva dos fabricantes de marcas próprias; e o de Piato (2006), a perspectiva dos atacadistas. Embora seja comum encontrar argumentos generalistas que definam teoricamente a estratégia de marca própria como uma atividade de varejistas e atacadistas, na prática as pesquisas empíricas estão baseadas em empresas varejistas supermercadistas de grande porte.

[...]

OBRIGATÓRIO

Este artigo procura identificar e discutir as principais vantagens e desvantagens, para os pequenos e médios varejistas supermercadistas, da comercialização de produtos de marcas próprias do atacado distribuidor. Inicialmente é apresentado o referencial teórico, com considerações sobre marcas próprias, suas vantagens e desvantagens. Em seguida são apresentados o procedimento metodológico e os resultados do estudo qualitativo-exploratório sob a perspectiva de pequenos e médios varejistas. Por fim são apresentadas as conclusões e sugestões para pesquisas futuras.

O desenvolvimento é a apresentação detalhada do tema e da metodologia utilizada no trabalho.

Uma citação direta apresenta a informação de um documento (artigo, livro, etc) como consta no texto original.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Marcas próprias

A marca própria, segundo Churchill Junior e Peter (2000, p. 246), baseia-se na "marca de propriedade e uso de um atacadista ou varejista". A marca própria é

> [...] aquela que é possuída ou controlada, por meio de direitos de contrato, por uma empresa varejista, por um grupo filiado de varejistas ou por uma organização compradora. (Stern; El-Ansary; Coughlan, 1996, p. 326).

Os indicativos numéricos, os títulos e subtítulos devem obedecer a mesma grafia e padrão em que se apresentam no sumário.

Embora a fabricação fique a cargo da indústria, os direitos de propriedade e uso dos ra os revendedores (atacadistas e ou varejistas) (Bowersox; n de gerenciar o p óprio marca, vendendo-os exclusivamente em seus estabelecimentos (Pare

Citação direta com mais de 3 linhas:
- recuo de 4 cm da margem à esquerda
- fonte no tamanho 10
- espaçamento simples e sem aspas

As marcas próprias surgiram no Brasil na niciativa de redes multinacionais como Carrefour e Makro e redes o Pão de Açúcar. As marcas próprias surgiram como evolução das marcas genéricas, também conhecidas como "marcas do dono da loja" que atualmente ainda podem ser encontradas em mercearias tradicionais e lojas de vizinhança (Tavares, 1998; Oliveira, 2005). Os produtos de marca genérica são versões sem marca de produtos comuns (*commodities*), comercializados em embalagens simples e que perderam sua popularidade por possuírem baixa qualidade (Churchill Junior; Peter, 2000; Berkowitz *et al*., 2003).

Uma citação indireta é aquela que utiliza o conteúdo existente em um outro documento (livro, artigo, etc) e esta informação é adaptada por você

Quando em uma citação, direta ou indireta, houver mais de 3 autores, é opcional citar somente o primeiro autor e complementar com "et al", em itálico. A norma recomenda citar a todos os autores.

Atualmente, os distribuidores passaram a investir em marcas mais elaboradas, com embalagens padronizadas e ênfase na qualidade, próximas das marcas líderes de mercado (Aaker, 1998; Steiner, 2004). Segundo Conn (2005), os clientes gradativamente têm aceitado a idéia de os distribuidores desenvolverem marcas *premium*, exclusivas e de qualidade superior e que não são necessariamente mais baratas que as marcas de fabricantes. Esse fato se tornou o principal elemento justificador do sucesso das marcas próprias (Burt, 2000).

[...]

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A pesquisa realizada para este artigo foi qualitativa com propósito exploratório, pois produziu resultados não provenientes de procedimentos estatísticos (Strauss; Corbin, 1998; Richardson *et al*., 1999). O objetivo foi explorar diferentes opiniões e representações do tema abordado a fim de identificar perspectivas (visões) que revelassem a dinâmica da problemática em análise (Bauer; Gaskell, 2002). Esta pesquisa explorou de forma específica a perspectiva de pequenos e médios varejistas em relação às vantagens e desvantagens da comercialização de marcas próprias. Ressalta-se que essa perspectiva era, até então, desconhecida em relação ao objeto de estudo.

As unidades de análise (agentes investigados) são os pequenos e médios varejistas que comercializam marcas próprias de atacadistas distribuidores. Para caracterizar estruturalmente esses pequenos e médios varejistas utilizou-se a classificação de Parente (2000) e os critérios de classificação do ranking ABRAS 2010 (Hilário, 2010). A [illegible]senta as características dos formatos estudados nesta pesquisa. Ressalta-[illegible] varejo podem atuar de forma totalmente independente ou, então [illegible] verticais caracterizados por cadeias ou redes de varejistas organizad[illegible]

As tabelas devem ser elaboradas de acordo com a ordem exibida no texto, com cada item designado por seu nome e número específico, travessão, título. Deve estar próxima ao texto em que está sendo citada.

Tabela 1 – Formatos de varejo abordados na pesquisa.

Formatos de varejo	Área de vendas (m²)	N° médio de itens	N° de *check-outs*	Designação
Minimercado	Até 250	2.177	1-2	Pequeno varejo
Supermercado compacto	251-1.000	7.608	3-6	Pequeno varejo (de vizinhança)
Supermercado convencional	1001-2500	14.566	7-20	Médio varejo

Fonte: adaptado de Parente, 2000; Hilário, 2010.

As unidades de análise foram selecionadas intencionalmente a partir de procedimentos definidos pelos pesquisadores. Primeiro foram realizados contatos junto a dois atacadistas distribuidores A e B cujos nomes não serão divulgados nesta pesquisa, os quais comercializam em torno de 800 e 300 itens de marcas próprias, respectivamente. O objetivo do contato foi solicitar aos atacadistas informações importantes, entre elas: a quantidade de clientes que efetivamente compram marcas próprias, assim como o contato desses clientes. Apenas o atacadista A (o maior do país no segmento) concordou em colaborar com a pesquisa.

[...]

4 OUTROS EXEMPLOS

Até o ponto anterior, utilizamos o artigo “Análise das vantagens e desvantagens as marcas próprias do atacado para os clientes varejistas” de Piato, Silva e Paula (2014) como base para os exemplos apresentados, e as explicações oferecidas. Porém, há alguns outros pontos que precisam ser apontados, sendo eles as ilustrações e referências. Iremos também inserir uma pequena seção de resposta de dúvidas simples.

4.1 Ilustrações

Ilustrações é uma genérica de imagem que ilustra ou elucida um texto. São considerados ilustrações: **desenho**, **esquema**, **fluxograma**, **fotografia**, **gráfico**, **mapa**, **organograma**, **planta**, **quadro**, **retrato**, **figura**, **imagem**, entre outros.

OBRIGATÓRIO

Figura 1 – Tubo flexível típico.

Fonte: Oliveira; Luz, 2013

NÃO utilize hiperlinks como indicação de fonte. A fonte deve ser informada como no padrão abaixo. Se for de autoria própria, informe como "Elaborado pelo autor(a)".

Quando for usar foto de outras pessoas, pedir autorização por escrito. Quando de crianças, não havendo autorização de responsável, o rosto deve ser descaracterizado.

4.2 Referências

As referências são apresentadas após o final do artigo, e elaboradas segundo a NBR 6023. Após o final deste texto (fim dos elementos textuais), apresentaremos alguns exemplos de referências dos tipos mais comuns empregados em trabalhos acadêmicos, a fim de facilitar tanto a identificação quanto a elaboração correta de referências.

4.2.1 Estrutura de referências

Para facilitar a construção de referências, nesta seção iremos apresentar o esqueleto dos elementos necessários das referências mais comuns de serem citados pelos alunos. Atente-se a quais partes da referência ficam em negrito. E o uso de *et al*, *in* e [*S. l.*] e [*s. n.*] ainda devem estar em itálico.

a) Livros e monografias:
SOBRENOME, Nome. **Título**: subtítulo. Local de publicação: Editora, Ano.

SOBRENOME, Nome. **Título**: subtítulo. Local de publicação: Editora, Ano. Disponível em: Link do Site. Acesso em: Data do acesso.

b) Artigos de periódicos:
SOBRENOME, Nome. Título: subtítulo. **Nome da publicação**, Local de publicação, volume, número, página, ano.

SOBRENOME, Nome. Título: subtítulo. **Nome da publicação**, Local de publicação, volume, número, página, ano. Disponível em: Link do site. Acesso em: Data do acesso.

c) Artigo de site:
AUTORIA. Título. **Nome do site**, Local de publicação: Editora/responsável pela publicação, ano. Disponível em: Link do site. Acesso em: Data do acesso.

d) Legislação:
RESPONSÁVEL[4]. **Título da legislação**. Local de publicação: Poder responsável, Ano. Disponível em: Link do site. Acesso em: Data do acesso.

e) Artigo de anais de evento:
SOBRENOME, Nome. Título: subtítulo. *In:* NOME DO EVENTO, Número indicativo da edição., ano, local do evento. **Anais...** Local de publicação: Editora/responsável pela publicação, ano.

SOBRENOME, Nome. Título: subtítulo. *In:* NOME DO EVENTO, Número indicativo da edição., ano, local do evento. **Anais...** Local de publicação: Editora/responsável pela publicação, ano. Disponível em: Link do site. Acesso em: Data de acesso.

f) Trabalhos acadêmicos:
SOBRENOME, Nome. **Título**: subtítulo. Ano. Tipo do trabalho[5] (título obtido e curso) – Instituição em que o texto foi desenvolvido, Local, Ano.

SOBRENOME, Nome. **Título**: subtítulo. Ano. Tipo do trabalho (título obtido e curso) – Instituição em que o texto foi desenvolvido, Local, Ano. Link do site. Acesso em: Data de acesso.

Verifique o quadro abaixo, extraído da NBR 6023:2020[6] para ver a forma correta de indicar o mês.

[4] Pode ser Brasil, uma unidade federativa ou um município.
[5] Pode ser projeto de conclusão de curso, monografia, dissertação e tese
[6] Apesar do recente lançamento da correção da NBR 6023 em maio de 2025, a tabela de datas continua válida.

Figura 4 – Abreviação dos meses

Português	
janeiro	jan.
fevereiro	fev.
março	mar.
abril	abr.
maio	maio
junho	jun.
julho	jul.
agosto	ago.
setembro	set.
outubro	out.
novembro	nov.
dezembro	dez.

Fonte: ABNT, 2020

4.2.1.1 Considerações adicionais sobre referências

Há alguns pontos importantes a serem mencionados acerca de referências que competem a todas elas:

- Os títulos têm somente a primeira letra do título, a primeira letra de nomes próprios, e siglas com caixa alta. Ou seja, um livro que tenha na capa "Técnicas Avançadas de Engenharia da UERJ" seria citado como "Técnicas avançadas de engenharia da UERJ";
- Referências devem ficar organizadas em ordem alfabética, alinhadas à esquerda, sem espaçamento 1,5 entre linhas, mas com espaço inserido após o parágrafo (função encontrada no botão de espaçamento do Word);
- Atente-se que não se utiliza mais os sinais de "< >" para links em referências, como pode ser visto no exemplo acima, bastou indicar o link. Inclua um ponto ao final do link de acesso.

4.3 Perguntas e respostas

- Quais são as normas empregadas para um artigo científico?

NBR 6023:2025 – Referências – Elaboração;

NBR 6024:2012 – Numeração progressiva das seções de um documento – Apresentação;

NBR 6028:2021 – Resumo, resenha e recensão – Apresentação;

NBR 10520:2023 – Citações em Documentos – Apresentação;

NBR 14724:2024 – Trabalhos acadêmicos – Apresentação;

IBGE 1993 - Normas de apresentação tabular.

- Eu preciso incluir uma lista de figuras, de siglas, de símbolos e um sumário neste projeto?

  Não.

- Qual é o padrão de título de seções?

As seções são divididas em níveis baseados em números, mas os que realmente importam são a seção primária, a secundária e a terciária. Cada uma das três seções tem um estilo de formatação, apresentado abaixo:

Seção primária:

1 INTRODUÇÃO

Seção secundária:

1.1 Objetivos primários

Seção terciária em diante:

2.1.1 Portal Periódicos CAPES

Como é possível perceber, a seção primeira fica em negrito e toda em caixa alta, a seção secundária toda em negrito e apenas a primeira palavra, nomes próprios e siglas tendo caixa alta, e seção terciária em diante sendo escrita normalmente.

- Como identificar um tipo de documento?

Normalmente há uma confusão entre artigos científicos publicados em periódicos e artigos científicos publicados em anais de evento. A forma mais simples de perceber essa diferença é verificar a fonte onde encontrou o artigo. Normalmente, artigos de evento em inglês são identificáveis por terem "*Proceedings*" no nome, e em português "Anais".

Já artigos científicos de periódicos podem ser percebidos como sendo extraídos de revistas científicas.

Utilize os exemplos que serão apresentados na parte de referências para melhor entendimento

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações finais devem ser decorrência natural do que foi exposto no desenvolvimento. Assim, em qualquer tipo de trabalho, deve resultar de deduções lógicas sempre fundamentadas no que foi apresentado e discutido anteriormente. Visa recapitular sinteticamente os resultados da pesquisa.

OBRIGATÓRIO

Ordenação das referências – Alfabética

As referências devem ser digitadas em fonte tamanho 12, espaço simples entre linhas, alinhadas à esquerda e separadas uma da outra por um espaço simples em branco

REFERÊNCIAS

Blu-ray

À ESPERA de um milagre. Direção: Frank Darabont. Produção: Frank Darabont, David Valdes. Intérpretes: Tom Hanks, David Morse, Bonnie Hunt e outros. Roteiro: Frank Darabont. [Nova Iorque]: Warner Bros. Entertainment, 1999. 1 disco blu-ray (198 min).

Revista eletrônica (periódico/revista no todo)

ACTA CIRÚRGICA BRASILEIRA. São Paulo: Sociedade Brasileira para o Desenvolvimento da Pesquisa em Cirurgia, 1997- . ISSN 1678-2674 versão online. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_ serial&pid=0102-8650&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 22 ago. 2015.

Projeto conclusão de curso (monografia)

ALCÂNTARA, R. L. C. **A gestão estratégica dos canais de distribuição**: um exame da evolução e do atual estágio do relacionamento entre o atacado de entrega e a indústria. 1997. 194 f. Tese (Doutorado em Administração) - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 1997.

Documento de Pessoa jurídica

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2011.

Monografia no todo – meio eletrônico com 3 organizadores

BAVARESCO, Agemir; BARBOSA, Evandro; ETCHEVERRY, Katia Martin (org.). **Projetos de filosofia.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011. E-book. Disponível em: http ://ebooks.pucrs.br/edipucrs/projetosdeflosofa.pdf. Acesso em: 21 ago. 2011.

E-book, retirado da internet

BISHOP K. **Planview leankit.** 2017. Disponível em: https://leankit.com/blog/2017/03/6-benefits-kanban-project-management/. Acesso em: 15 nov. 2019.

Legislação

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 139, n. 8, p. 1-74, 11 jan. 2002. PL 634/1975.

Legislação em meio eletrônico

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/ Constituiçao.htm. Acesso em: 1 jan. 2017.

Monografia no todo – impressa

BOBBIO, Norberto. **O positivismo jurídico**: lições de Filosofia do Direito. São Paulo: Ícone, 1995.

Evento no todo – meio eletrônico

CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFPE, 4. 1996, Recife. **Anais eletrônicos** [...]. Recife: UFPE, 1996. Disponível em: http://www.propesq.ufpe.br/anais/anais.htm. Acesso em: 21 jan. 1997.

Monografia no todo – meio eletrônico

CONSOLI, R. A. G. B.; OLIVEIRA, R. L. **Principais mosquitos de importância sanitária no Brasil.** Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 1994. Disponível em: http://www.fiocruz.br/editora/media/05-PMISB.pdf. Acesso em: 4 set. 2019.

Website por inteiro

ECOVILA CLAREANDO. Clareando, [202-]. Website. Disponível em: https://www.clareando.com.br/ . Acesso em: 21 jun. 2024.

Artigo e/ou matéria de revista

ELOI, C. Ranking 2011/canais de vendas: Sortimento mais atrativo. **Revista Distribuição**, ano 19, n. 220, p. 132-138, maio 2011.

DVD

ENERGIA escura: o lado oculto do universo. Produção e autoria de Maria de Fátima Alves da Silva. Série Física / Espaço ciência e tecnologia, v. 1.Resende: UERJ/Faculdade de Tecnologia, 2010. 1 DVD (90 min), son., color.

Artigo de periódico

GARRETSON, J. A. *et al*. Antecedents of private label attitude and national brand promotion attitude: similarities and differences. **Journal of Retailing**, v. 78, p. 91-99, 2002. http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359(02)00071-4.

Parte de evento em meio eletrônico (Anais)

GONÇALVES, Carmen Diego. Estilo de pensamento na produção de conhecimento científico. *In*: CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, 4., 2000, Coimbra. **Actas do** [...]. Lisboa: Associação Portuguesa de Sociologia, 2000. Tema: Sociedade portuguesa: passados recentes, futuros próximos. Eixo temático: Reorganização dos saberes, ciência e educação, p. 1-18. Disponível em: http://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR462de12f4bb03_1.pdf. Acesso em: 3 maio 2010.

Documento geral em meio eletrônico

IBGE. **Normas de apresentação tabular.** 3. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 1993. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv23907.pdf. Acesso em: 20 out. 2020.

CD-ROM

KOOGAN, André; HOUAISS, Antônio (ed.). **Enciclopédia e dicionário digital 98**. São Paulo: Delta: Estadão, 1998. 5 CD-ROM.

Audiolivro

O ALIENISTA. Autor: Machado de Assis. Audiobook completo. Produção: K7 Studio Audiobooks. [S. *l.*]: K7 Studio Audiobooks, 2023.1 vídeo (116 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5sm2cpOmGBE. Acesso em: 21 jul. 2023.

Livro (monografia)

PARENTE, J. **Varejo no Brasil**: gestão e estratégia. São Paulo: Atlas, 2000. 388 p.

Documento sonoro em meio eletrônico

PODCAST LXX: Brasil: parte 3: a república. [Locução de]: Christian Gutner. [*S. l.*]: Escriba Café, 19 mar. 2010. *Podcast*. Disponível em: http://www.escribacafe.com/podcast-lxx-brasil-parte-3-a-republica/. Acesso em: 4 out. 2018.

Artigo e/ou matéria de jornal eletrônico

PROFESSORES terão exame para ingressar na carreira. **Diário do Vale**, Volta Redonda, v. 18, n. 5877, 27 maio 2010. Caderno Educação, p. 41. Disponível em: http://www.bancadigital.com.br/diariodovale/reader2/Default.aspx?pID=1&eID=495&lP=38&rP=39&lT=page. Acesso em: 29 set. 2019.

Filme online

RASHOMON. Direção: Akira Kurosawa. Produção: Minoru Jingo. Intérpretes: Toshiro Mifune, Masayuki Mori, Machiko Kyo e outros. Roteiro: Akira Kurosawa, Shinobu Hashimoto. Música: Fumio Hayasaka. Tokyo: Daiei Film. c1950. 1 vídeo (88 min). Disponível em: http://cinemalivre.net/filme-rashomon-1950.php. Acesso em: 21 jul. 2023.

Atos normativos

RIO DE JANEIRO (Estado). Corregedoria Geral de Justiça. Aviso nº 309, de 28 de junho de 2005. [Dispõe sobre a suspensão do expediente na 6. Vara de Órfãos e Sucessões da Comarca da Capital nos dias 01, 08, 15, 22 e 29 de julho de 2005]. **Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro**: parte 3: seção 2: Poder Judiciário, Rio de Janeiro, ano 31, n. 19, p. 71, 30 jun. 2005.

OBRIGATÓRIO

Ilustrações

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. **Guia de museus brasileiros**. São Paulo: EDUSP, 2008. 504 p., fotografias color.

Artigo, seção e/ou matéria de revista eletrônica

WINDOWS 98: o melhor caminho para atualização. **PC World**, São Paulo, n. 75, set. 1998. Disponível em: http://www.idg.com.br/abre.htm. Acesso em: 10 set. 2020.

Data de acesso ao documento = data em que foi lido o documento para a elaboração do trabalho.

GLOSSÁRIO

Deslocamento: Peso da água deslocada por um navio flutuando em águas tranquilas.

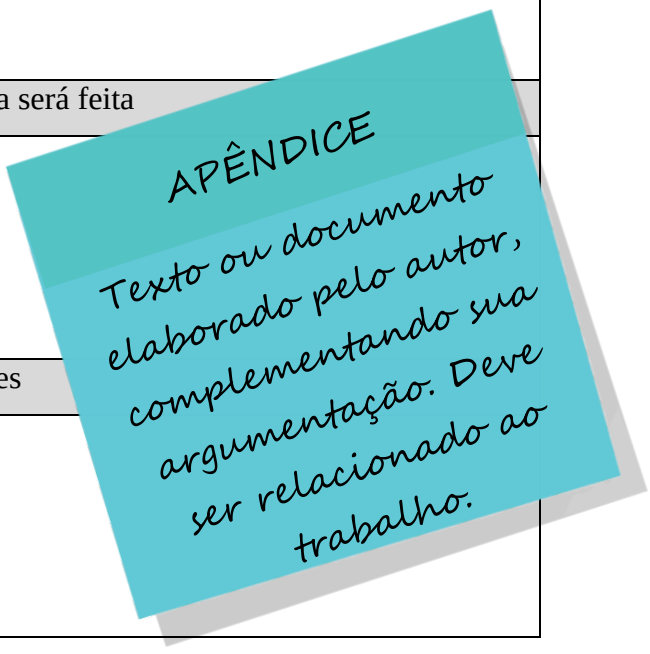
Duplo Fundo: Robusto fundo interior no fundo da carena.

APÊNDICE – FORMULÁRIO DE PESQUISA DE CAMPO

PESQUISA DE CAMPO – PROJETO XYZ

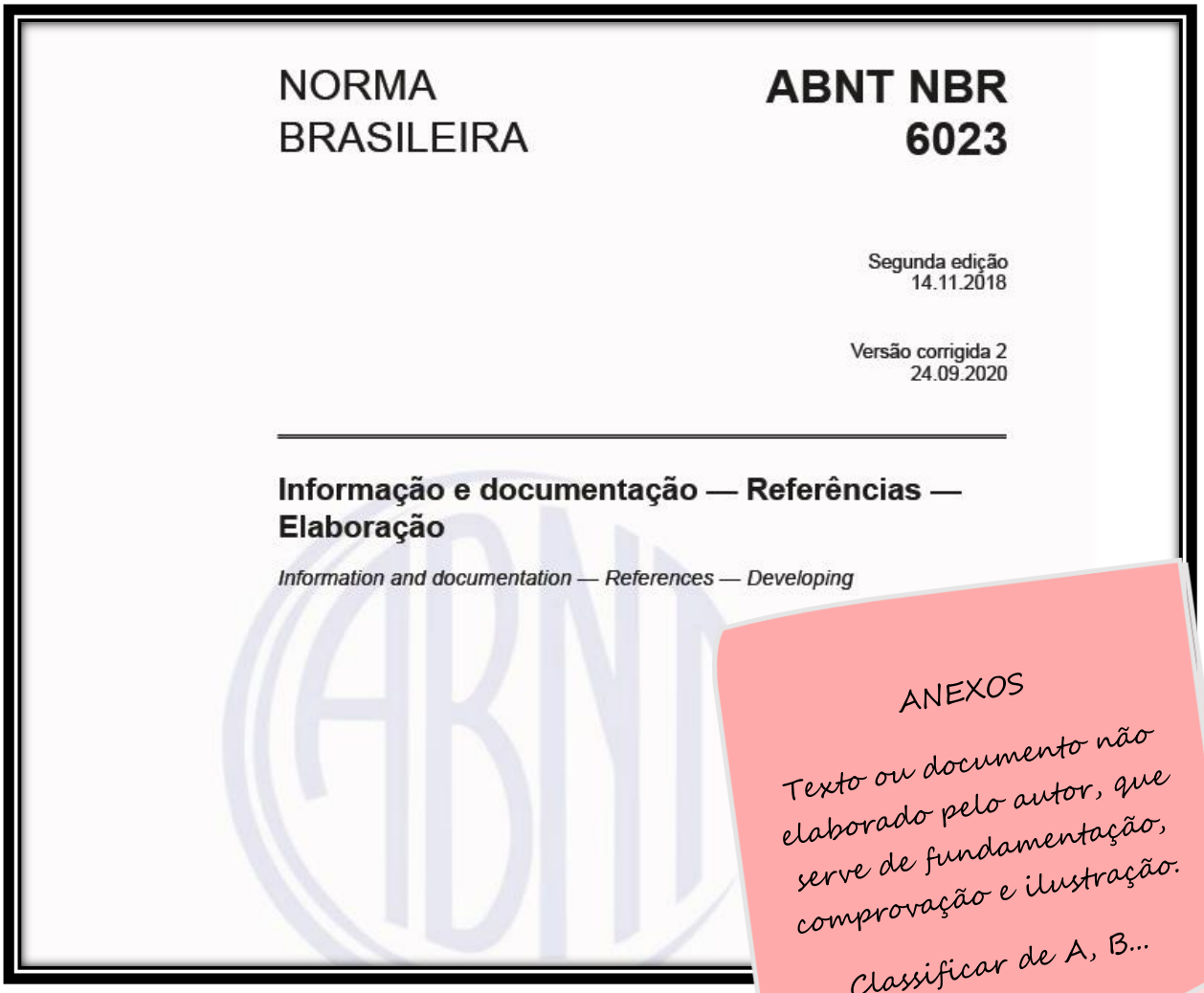
QUESTIONÁRIO / ENTREVISTA

Turma e local:	
Autor (a):	
Título/Tema do TCC:	
Perfil do respondente	
Objetivo da pesquisa	
Como a pesquisa será feita	
Questões	



OPCIONAL

ANEXO A – CAPA DA NORMA DE ELABORAÇÃO DE REFERÊNCIAS



NORMA BRASILEIRA

ABNT NBR 6023

Segunda edição
14.11.2018

Versão corrigida 2
24.09.2020

Informação e documentação — Referências — Elaboração

Information and documentation — References — Developing

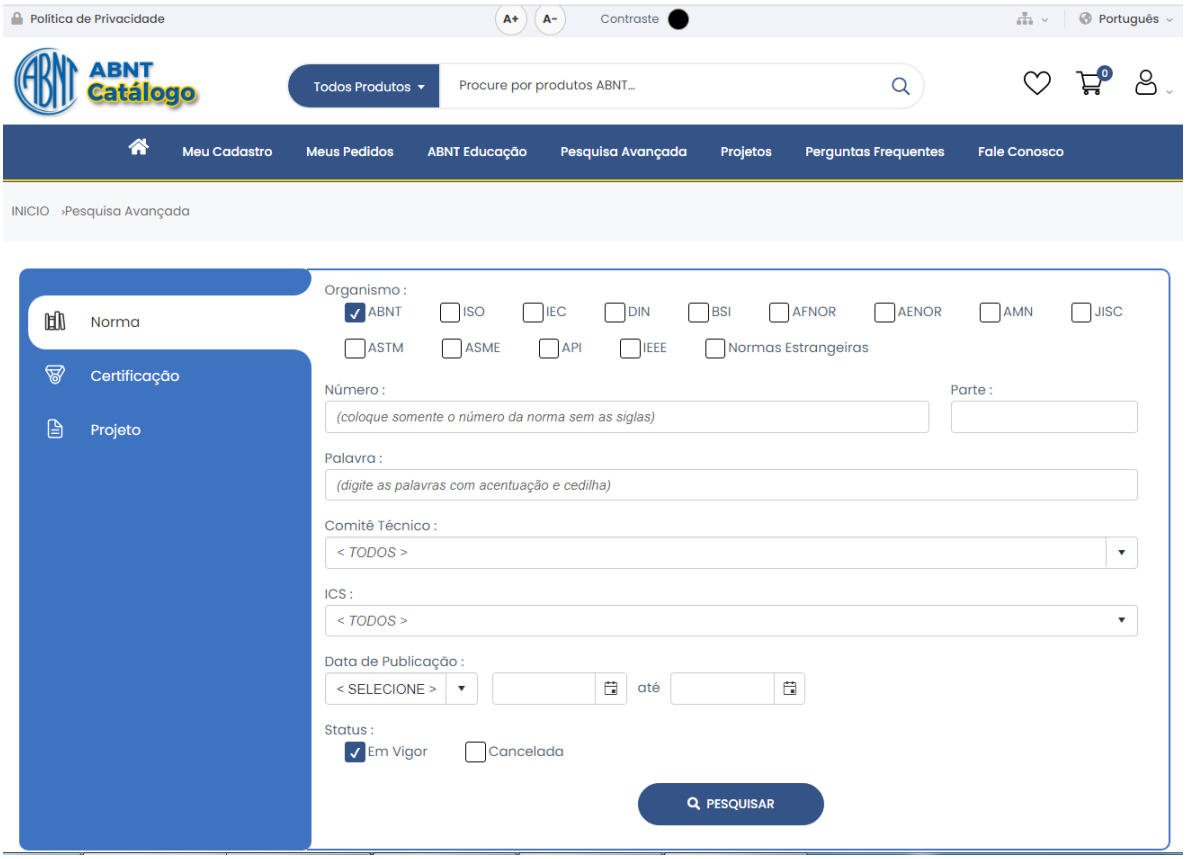
ANEXOS

Texto ou documento não elaborado pelo autor, que serve de fundamentação, comprovação e ilustração.

Classificar de A, B...

OPCIONAL

ANEXO B – PÁGINA (SITE) DE PESQUISA NO CATÁLOGO DA ABNT



Site: https://www.abntcatalogo.com.br/pav.aspx

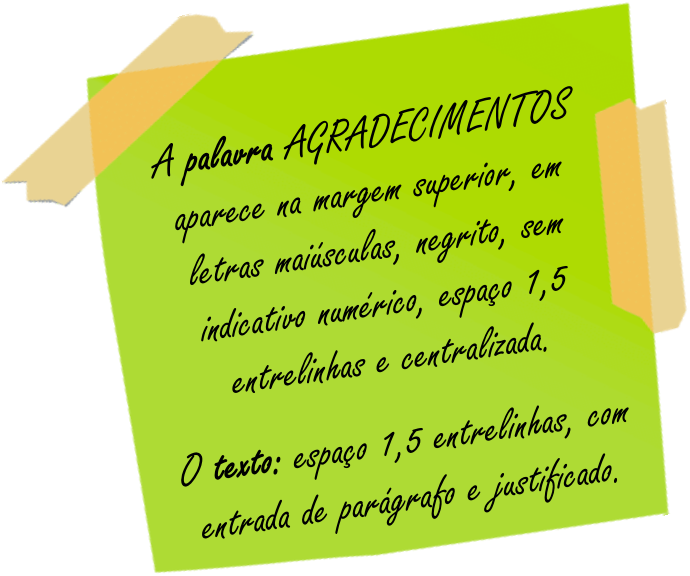
AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Paulo César Fernandes, pela excelente orientação.

Aos professores participantes da Banca examinadora pelo tempo, pelas valiosas colaborações e sugestões.

Aos professores e colaboradores da instituição, pelo tempo concedido e suporte durante essa jornada.

Aos colegas de turma, pelas reflexões, críticas e sugestões recebidas.



REDE SIRIUS
Rede de Bibliotecas UERJ
Núcleo de Processos Técnicos

Termo de Autorização para Publicação no Repositório Digital da Rede Sirius

Identificação do material bibliográfico em formato digital:

[ ] TCC (Graduação)

[ ] TCC (Especialização)

[ ] Tese de Livre Docência

[ ] Outro.....

Identificação do autor :

Nome Completo:.....

CPF:.....E-mail: .....

Identificação do documento (título):

.....

.....

.....

Número de folhas: ..... Anexos: [ ] Sim [ ] Não

Com base no disposto na Lei Federal Nº9160, de 19 de Fevereiro de 1998, autorizo a disponibilização do texto integral do documento supracitado e de minha autoria, em formato eletrônico, para fins de leitura e/ou impressão e para downloads, deixando em acesso aberto no repositório digital da Rede Sirius da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), sem ressarcimento dos direitos autorais. (Cada coautor necessita assinar um termo de autorização.)

_____ _____

Assinatura do(a) Autor(a) Data