*ELABORAÇÃO DO ARTIGO* TCC III

* **Normalização: fonte Arial ou Times 12,0; espaçamento 1,0; entre 16 e 25 laudas incluindo as Referências.**

**TITULO[[1]](#footnote-1)**

NOME DO ALUNO/ALUNA [[2]](#footnote-2)

**RESUMO (Até 10 Linhas, espaço 1, fonte 12)**

Este artigo aborda XXX tomando como objeto de análise XXX. A finalidade do estudo é fazer XXX. A metodologia utilizada foi. Nas considerações finais apontamos XXX.

Palavras-chave: 1. 2. 3.4 (4 palavras).

**ABSTRACT**

This article

Keywords: 1. 2.3.4 (4 palavras).

**1 INTRODUÇÃO (Fonte Arial ou Times New Roman 12,0, espaçamento 1,5)**

Breve contexto do tema

É no contexto acima apresentado que se coloca nosso objeto; Nossa pergunta e desdobramento em objetivos. Para responder a esta questão de pesquisa a metodologia utilizada;

Para essa discussão o artigo está dividido em X parte., Na primeira parte ...Em um segundo momento .... No último tópico apresentamos. Nas considerações finais destacamos...

**2** **REFERENCIAL TEÓRICO**

**2.1 xxxxx**

**EXEMPLO GRÁFICO (alinhamento à esquerda)**

**Gráfico 1** - Organizações por áreas temáticas indicadas nos projetos ou programas.



Fonte: Censo GIFE, 2018.

**EXEMPLO TABELA (alinhamento à esquerda)**

**Tabela 1** - Maiores incentivadores em cultura no Brasil por meio das leis de incentivo fiscais federais (2019).

Fonte: Secretaria Especial da Cultura, 2019.

**EXEMPLO QUADRO (alinhamento à esquerda)**

**Quadro 1** - Patrocinadores da Cia. de Dança Palácio das Artes (2020).



Fonte: Fundação Clóvis Salgado, 2020.Elaboração da autora

**EXEMPLO ILUSTRAÇÃO (alinhamento à esquerda)**

Imagem 1 – Visita Guiada Museu PUC Minas, 2018



Fonte: Fotografia do arquivo PUC Minas

**3 RESULTADOS**

**3.1 Apresentação da metodologia da pesquisa e nos itens a seguir o detalhamento dos resultados**

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Retoma em linhas gerais a pergunta, os objetivos e os destaques apresentados nos resultados.

Os limites da pesquisa e em que aspecto ou aspectos poderia ser futuramente pesquisado/aprofundado.

**REFERÊNCIAS**

ALMEIDA, Ana Luisa de Castro e MUNIZ, Reynaldo Maia. **A Construção da Reputação Organizacional como Recurso Estratégico: o Papel dos Gestores e a Percepção dos Stakeholders.** Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Brasília: 2005.

CAPPELLIN, Paola e GIULIANI, Gian Mario. **Compromisso social no mundo dos negócios**. 1999.

FOLHA DE SÃO PAULO. Setor da cultura precisa diversificar suas fontes de financiamento. **Folha de São Paulo**, 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2019/08/setor-da-cultura-precisa-diversificar-suas-fontes-de-financiamento.shtml>. Acesso em: 14 de mar. de 2020.

UNIMED BH. **Instituto Unimed.** [s.d.]. Instituto. Disponível em: <https://portal.unimedbh.com.br/>. Acesso em: 27 de jun. de 2020.

VAN RIEL, C.B.M. ***Essentials of corporate communication: building and implementing corporate stories using reputation management*.** Londres, Routledge, 2003.

1. Artigo apresentado como requisito para aprovação no Trabalho de Conclusão de Curso, TCC III. Orientação profa. [↑](#footnote-ref-1)
2. Graduando(a) do curso de Relações Públicas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). [↑](#footnote-ref-2)