

PMR3500 – Trabalho de Conclusão de Curso



ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO DE POSTER

Arturo Forner
Larissa Driemeier
Oswaldo Horikawa
Thiago Martins



CONTEXTO

O TF de vocês é um trabalho de qualidade, que atende às exigências científicas e tecnológicas impostas pelo problema que vocês se propuseram a analisar e resolver...

Objetivo da aula

Ajudá-los a organizarem a apresentação de 5 minutos, de modo a valorizar o trabalho!

Planejamento: Prever tudo que será necessário, sejam insumos, recursos ou atividades, para executar o projeto. Planejar compras, avaliar a sua capacidade computacional etc. Não se esquecer que é preciso validar a solução e isto consome um tempo razoável.



Informações Gerais: Título, autores, orientador, ano de realização etc.

Apresentação do problema: Existe uma necessidade que pode ser suprida com uma solução tecnológica, que você irá propor neste trabalho. Aqui você descreve essa “lacuna tecnológica”. Descrever inclui, apresentar os problemas, contextualizar, justificar a importância etc.

Objetivos: Dado o problema, qual o objetivo do seu trabalho. Delimitar a abrangência e alcance da solução.

Revisão do estado da arte: O que existe de atual na literatura para resolver o problema apresentado. O que foi feito até agora. Revisão crítica. A revisão do estado da arte não acaba. Deve ser revisto durante todo o trabalho.

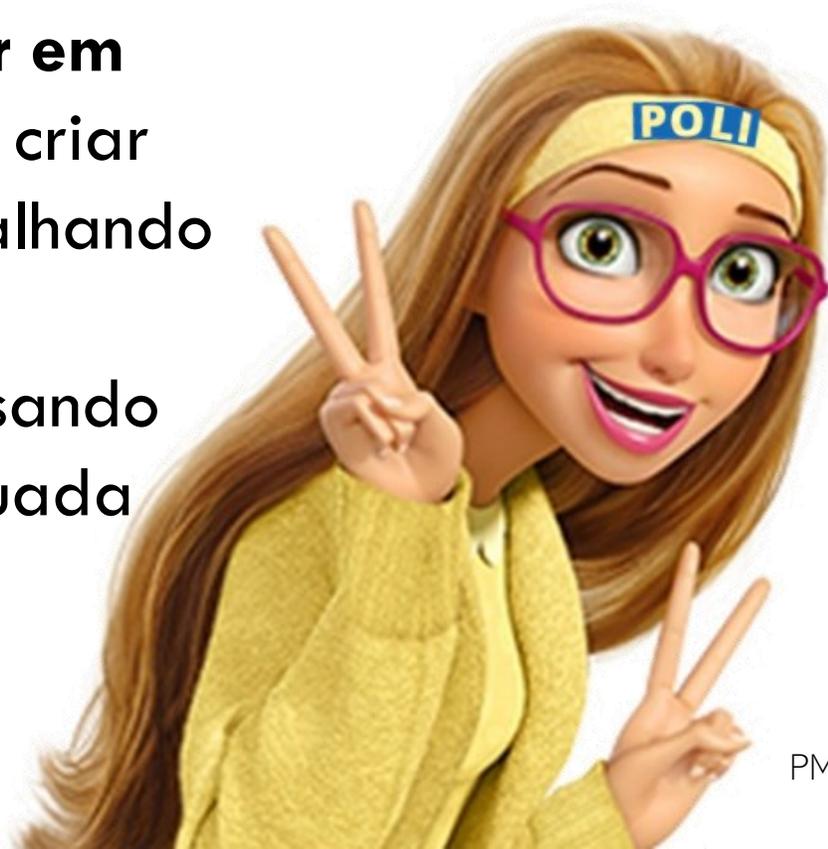
Requisitos do projeto: Definir requisitos, de forma objetiva. Sempre que possível, os requisitos devem ser mensuráveis.

Metodologia: Maneira que o problema será abordado, de forma detalhada. Com a metodologia definida, é possível organizar a monografia em capítulos e começar o projeto.



O QUE OS AVALIADORES BUSCAM???

Avaliar a capacidade da dupla em se **concentrar em um problema (FOCO)**, criar uma boa solução, trabalhando em uma quantidade adequada de tempo usando uma quantidade adequada de recursos.



Com foco em um problema significa definir um campo de visão, ver claramente o que precisa ser feito, e então fazê-lo em profundidade!

MARKETING PESSOAL

Marketing pessoal é quando o profissional consegue utilizar suas habilidades e qualificações para se diferenciar, alavancar sua carreira e desenvolver uma marca pessoal.

O que vestimos

Como falamos

Como andamos

Como olhamos

Nossos gestos

Nossa postura



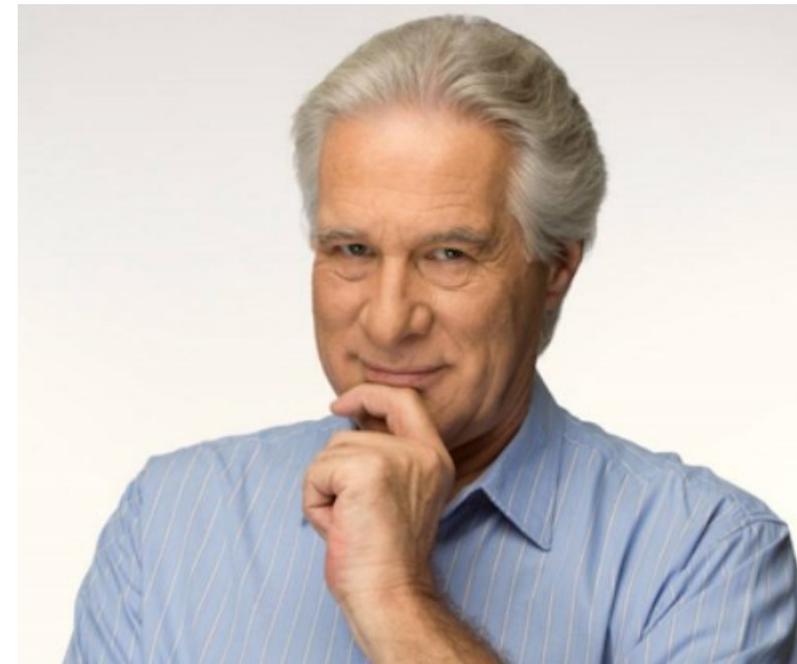
Marketing pessoal não é uma maneira de divulgar uma imagem melhor de nós mesmos, é nos tornarmos pessoas melhores.

TODAS AS GRANDES MARCAS QUE CONHECEMOS FIZERAM E FAZEM ISSO...

O bom marketing está assentado sobre três pilares:

1. É preciso que o maior número possível de pessoas saiba o que faço.
2. É preciso que essas pessoas se convençam dos benefícios do que faço.
3. É preciso que essas pessoas estejam convencidas para que possam divulgar o que faço de bom.

A síndrome do pato é o trabalho sem imagem. A síndrome do pavão é a imagem sem o trabalho. A soma do bom trabalho com a boa imagem é o marketing pessoal.



Agora eu pergunto: Você é pato ou pavão?

Max Gehring
Clássicos do Mundo Corporativo



ETAPAS PARA REALIZAÇÃO DE UMA APRESENTAÇÃO

Roteiro

- Diagnóstico
- Divisão do conteúdo

Visual

- Confecção do pôster

Apresentador

- Grupo
- Treinamento
- Postura

ROTEIRO

Diagnóstico
Divisão de conteúdo





DIAGNÓSTICO

Qual o perfil da audiência?

Qual o propósito do evento?

Qual seu objetivo com essa apresentação?

Quanto tempo terão disponível?

Quais são os pontos fortes, que interessam à audiência, do trabalho de vocês?

A partir do diagnóstico vocês terão estabelecido o conteúdo da apresentação!

3 PONTOS FUNDAMENTAIS

Se o seu público pudesse lembrar de apenas três coisas sobre a apresentação de vocês, o que vocês gostariam que fosse?

1 2 3

(1) _____

(2) _____

(3) _____



“Quando vou pescar, **não penso sobre o que mais me agrada**. Penso sempre na **preferência dos peixes**.”



Meu primeiro cuidado é **não iscar o anzol com morangos cobertos com leite condensado**, pelo contrário, **costumo sempre pendurar uma minhoca...**

DAKARA NANI? SO WHAT? WHO CARES? SO WHAT?



WHO CARES?

Quando estiverem construindo a apresentação, coloquem-se no lugar da audiência e perguntem-se:

E daí????

Reflitam sobre os pontos que são realmente relevantes no trabalho.

Isso é importante?

Se vocês não souberem responder, tirem da apresentação! São 5 minutos para apresentar o trabalho de um semestre!



ROTEIRO – DIVISÃO DO CONTEÚDO

A estrutura da apresentação é primordial.

A estrutura deve ser montada de modo a conduzir o raciocínio da audiência para a mensagem principal;

Sem ela, seu estilo maravilhoso e ótimo pôster ficarão inúteis;

Usem grande parte do seu tempo para delinear suas idéias e configurá-las de forma lógica;

Se suas idéias não são claras, será impossível projetar a estrutura adequada mais tarde, quando forem criar imagens e documentos de suporte.



Most often the presentations I work with are not well-organized and don't communicate a story clearly or memorably. Every presenter has a story to tell, whether it's training, selling, informing or motivating. But too often the audience is subjected to just one long string of headlines and bullet points. A critical part of my process with a client is what I call 'story sculpting.' We devote a lot of time shaping and framing their story before we ever touch PowerPoint. The design comes only after we have zeroed in on their best, most compelling story.

Michael Schwartz

co-autor do livro "The Power Structure of American Business", Beth A. Mintz And Michael Schwartz

Extraído de: <https://ileighanne.wordpress.com/2011/03/19/are-your-slides-a-sleep-aid/>

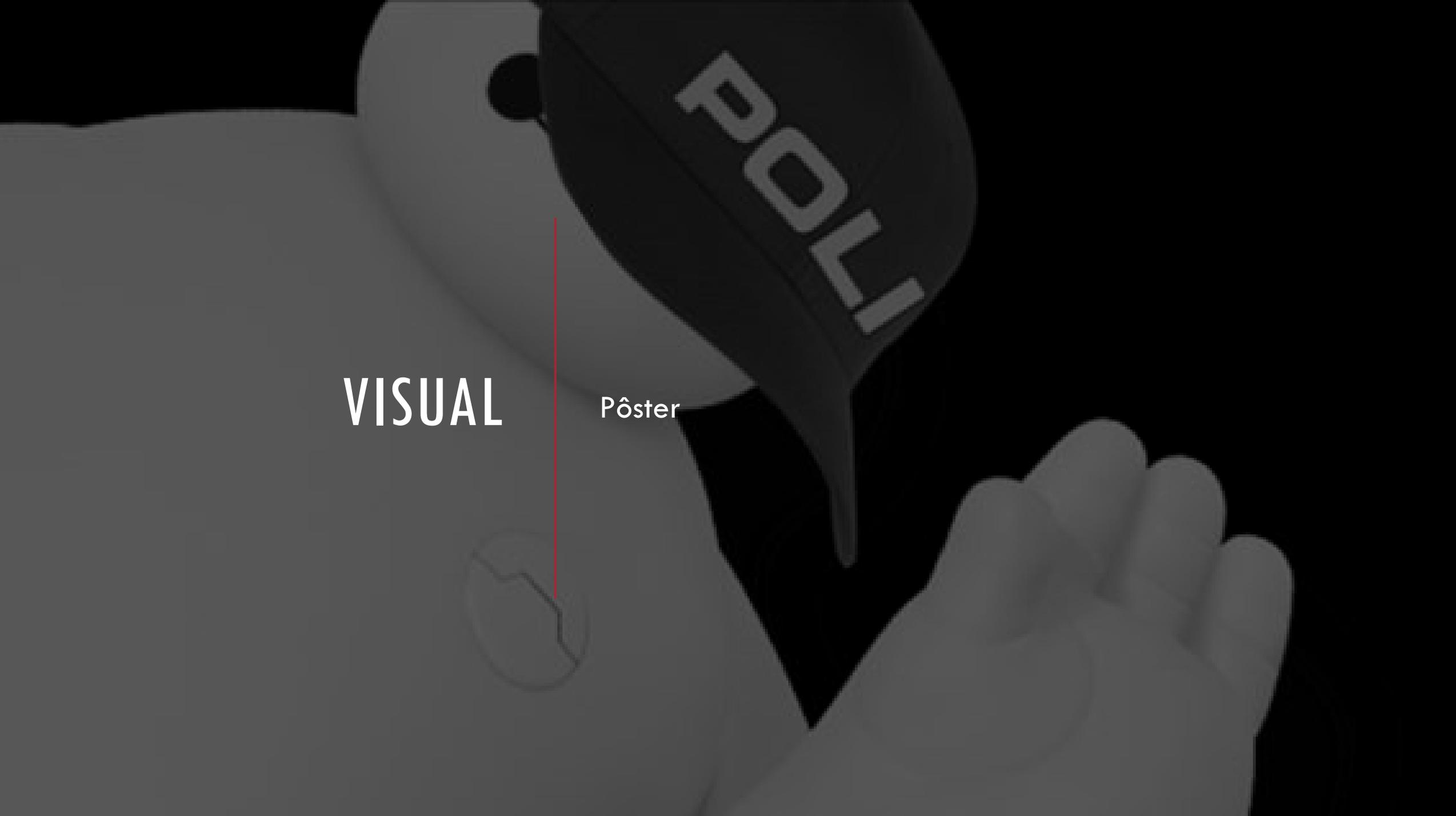


Mensagem principal

Conteúdo

Pequenos trechos

Imagens e palavras-chave



VISUAL

Pôster



APRESENTAÇÃO DO TRABALHO EM PÔSTER

Na elaboração de um pôster, deve-se considerar tanto as técnicas de **redação científica** quanto de **palestras**.

Primeiro vocês devem atrair a atenção tanto dos colegas quanto dos avaliadores!

Depois devem conseguir ter uma conversa mais aprofundada sobre o trabalho!

DIMENSÕES DE SEU PÔSTER

O pôster para apresentação deverá ter as seguintes dimensões:

Largura: 420mm

Comprimento: 594mm.



4A0	2378 x 1682 mm
2A0	1682 x 1189 mm
A0	1189 x 841 mm
A1	841 x 594 mm
A2	594 x 420 mm
A3	420 x 297 mm
A4	297 x 210 mm
A5	210 x 148 mm
A6	148 x 105 mm
A7	105 x 74 mm
A8	74 x 52 mm
A9	52 x 37 mm
A10	37 x 26 mm



O PÔSTER E A REGRA DO 10-10

Os espectadores gastam apenas 10 segundos observando os pôsteres quando estão a uma distância de 10 pés (aproximadamente 3 metros).

O pôster tem como objetivo apresentar de **forma clara, coerente, e sucinta** os pontos-chaves de seu trabalho.

- **Clareza** na exposição de ideias;
- **Coerência argumentativa**, sabendo articular forma e estrutura da escrita;
- **Concisão**, isto é, objetividade na construção do texto, evitando prolixidades e repetições desnecessárias.



ERROS COMUNS...

Desordem;

Dificuldade de ler o pôster a uma distância de 1,20m ou mais;

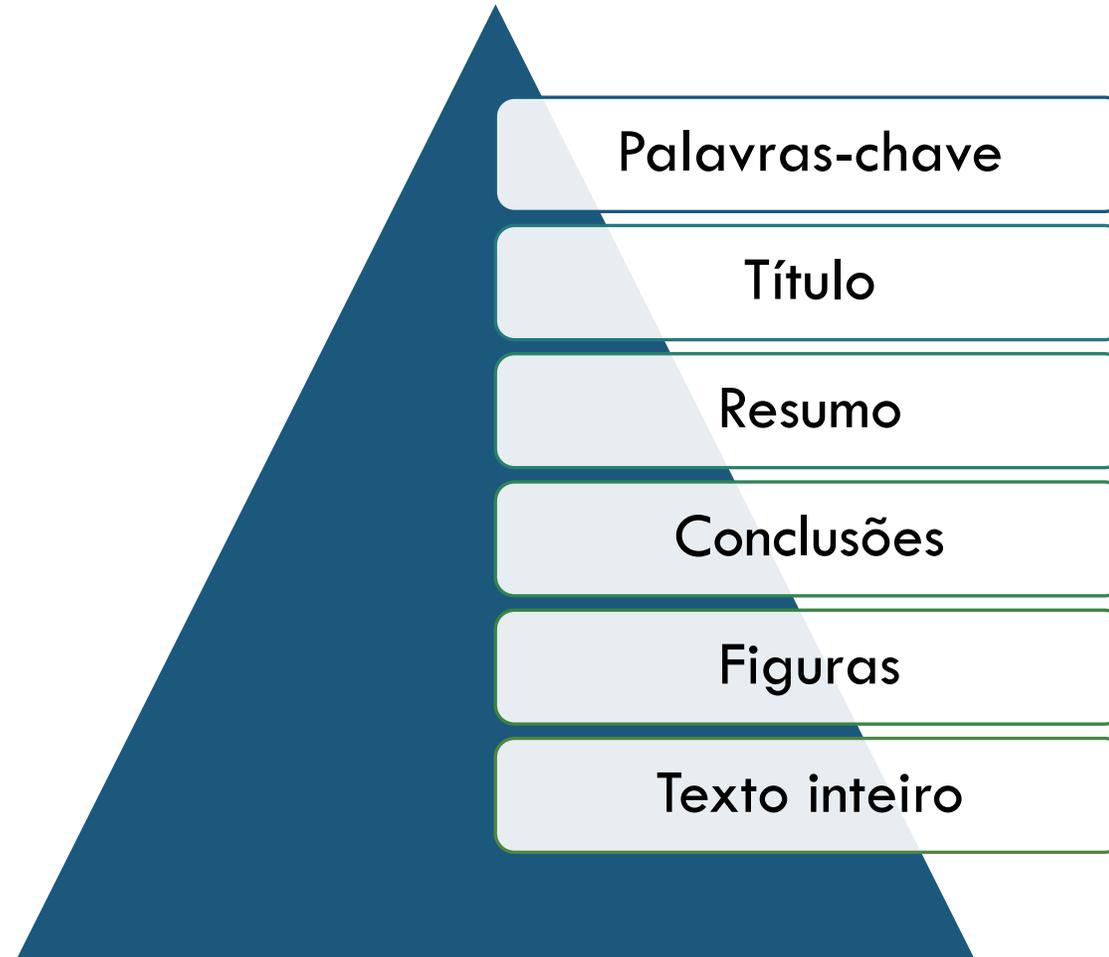
Excesso de informações;

Objetivos e conclusões não destacadas. Devem ser localizados em um minuto de observação.

Má qualidade de figuras... O que se vê na tela, **NÃO É** o que se vê impresso... Faça sempre uma **CÓPIA IMPRESSA!!**

Evitar esses erros é importante para assegurar que o pôster terá um impacto positivo.

LINHA DE FILTRAGEM





ESTRUTURA DO PÔSTER

Título

Autores

Introdução

Objetivos

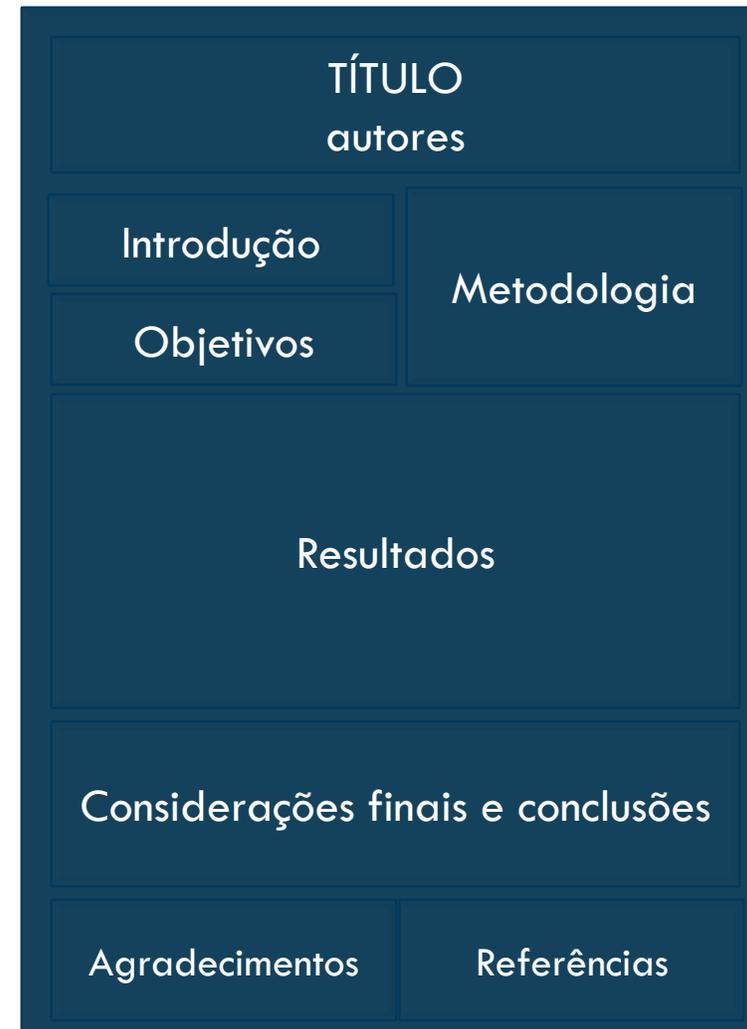
Metodologia

Resultados obtidos

Considerações finais / Conclusões

Agradecimentos

Referências bibliográficas





TÍTULO

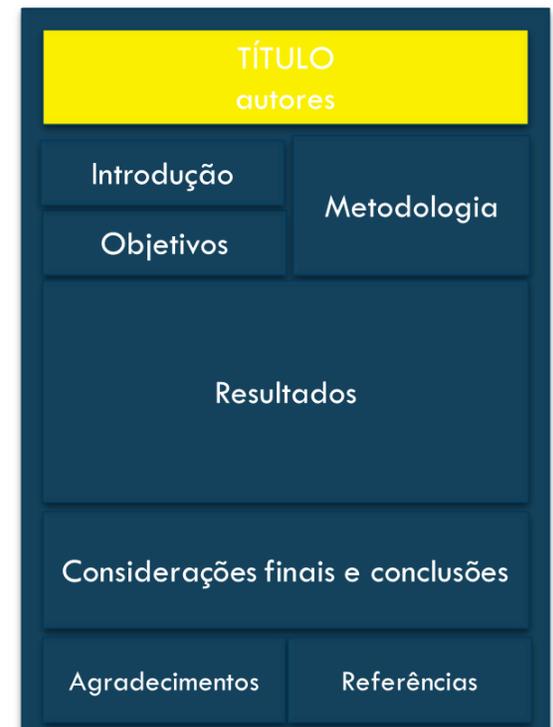
Dar nome ao trabalho não é simples ...

O título é basicamente uma frase chave que define **a essência do projeto**, isto é, define o que é de fato, importante ou mais importante.

A escolha de um título pode determinar a continuidade da leitura.

Portanto,

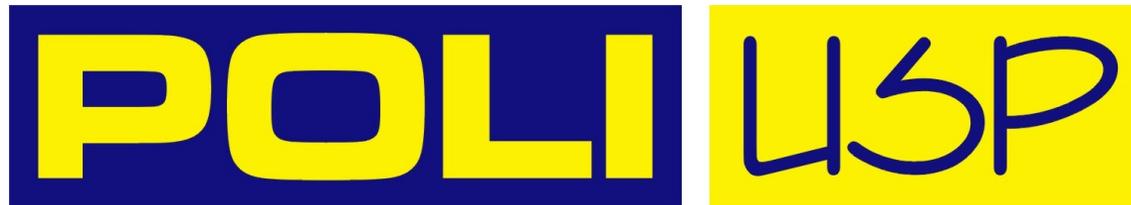
- ▶ Título deve ser instigante como uma manchete de jornal
- ▶ Criem um título claro, conciso, informativo e chamativo.
- ▶ Usem um fundo diferente do resto do pôster, a fim de dar maior ênfase.





AUTORES

Não errem nenhum nome... Muito menos de seu orientador;
Tenham seus dados de contato claramente visíveis em seu pôster;
Nome e **símbolo** da instituição.
Agência financiadora (caso aplicável).



TÍTULO	
autores	
Introdução	Metodologia
Objetivos	
Resultados	
Considerações finais e conclusões	
Agradecimentos	Referências

INTRODUÇÃO

Através de sentenças breves, definam,

- o problema dentro contexto do trabalho;
- o que já é conhecido sobre o assunto,
- o porquê deste trabalho.

Façam com que o leitor tenha interesse no assunto da sua pesquisa a partir de informações e definições mínimas.

Ao final da introdução, vocês devem colocar as palavras-chave (no máximo 3, em destaque).

Deixem o caminho pronto para o próximo item...

TÍTULO	
autores	
Introdução	Metodologia
Objetivos	
Resultados	
Considerações finais e conclusões	
Agradecimentos	Referências

OBJETIVOS

Exponham clara e objetivamente a finalidade do trabalho.



TÍTULO	
autores	
Introdução	Metodologia
Objetivos	
Resultados	
Considerações finais e conclusões	
Agradecimentos	Referências

METODOLOGIA

De forma muito resumida (2 a 3 sentenças):

- Definem a metodologia de projeto utilizada;
- Definem os parâmetros;
- Expliquem o que você fez.

Nada de detalhes minuciosos como na monografia. Abusem de imagens para ilustrar esta seção e mostrar como chegaram aos resultados.

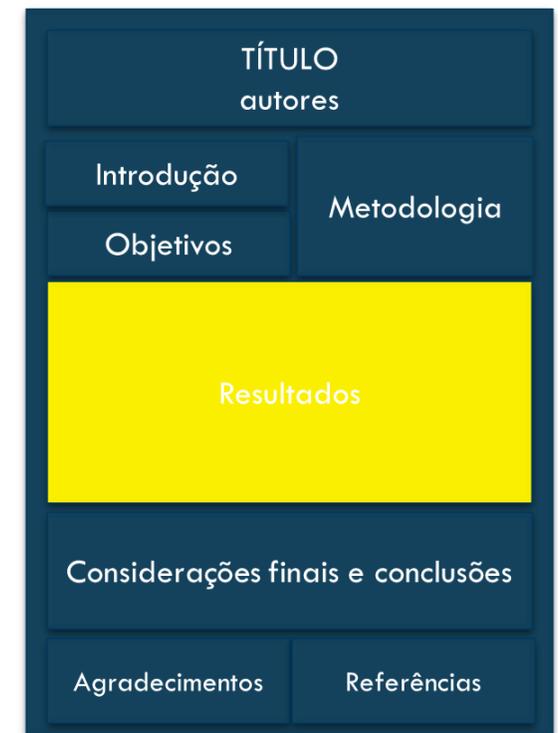
TÍTULO	
autores	
Introdução	Metodologia
Objetivos	
Resultados	
Considerações finais e conclusões	
Agradecimentos	Referências

RESULTADOS OBTIDOS

É a maior parte de seu pôster!

Selecione os resultados mais importantes para suportar sua mensagem.

- Imagens e gráficos dizem mais do que palavras.
- Tabelas e figuras podem ser usadas para ilustrar os resultados de seu estudo, e devem ser claras, auto-explicáveis.



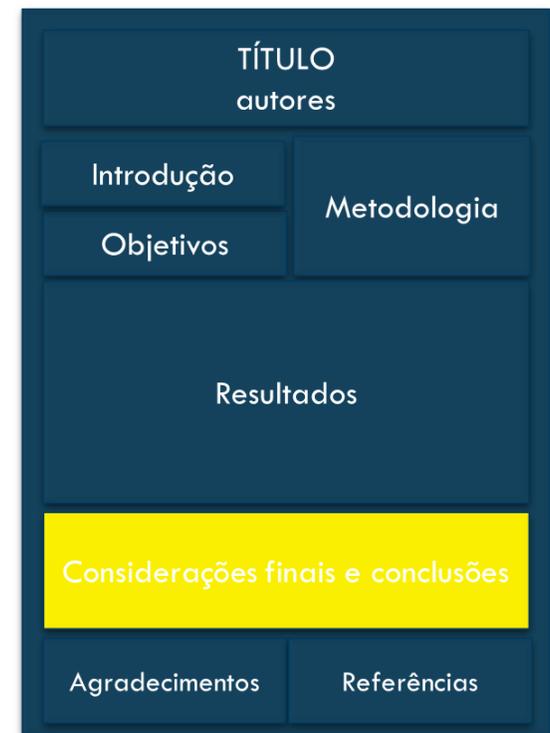


CONCLUSÕES

Destaque as conclusões!

Muitas vezes elas são a primeira coisa a ser lida!

Escrevam pouco, explicando **os principais resultados do estudo.**





AGRADECIMENTOS

Escrevam uma seção curta de agradecimentos para aqueles que **ajudaram a completar ou financiaram seu trabalho.**

Não se agradece ao pai e mãe, irmão, colegas... em pôsteres!!!!

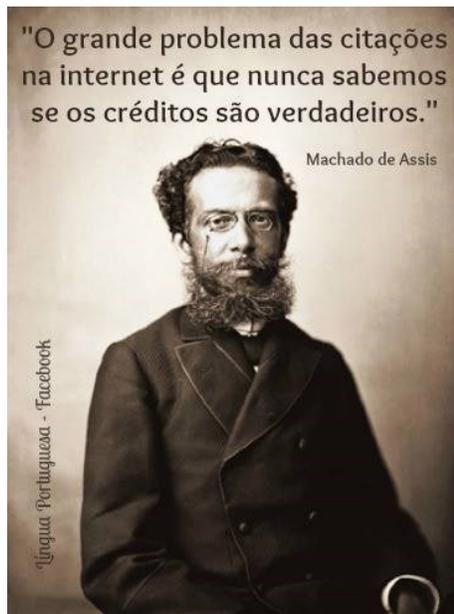


TÍTULO	
autores	
Introdução	Metodologia
Objetivos	
Resultados	
Considerações finais e conclusões	
Agradecimentos	Referências

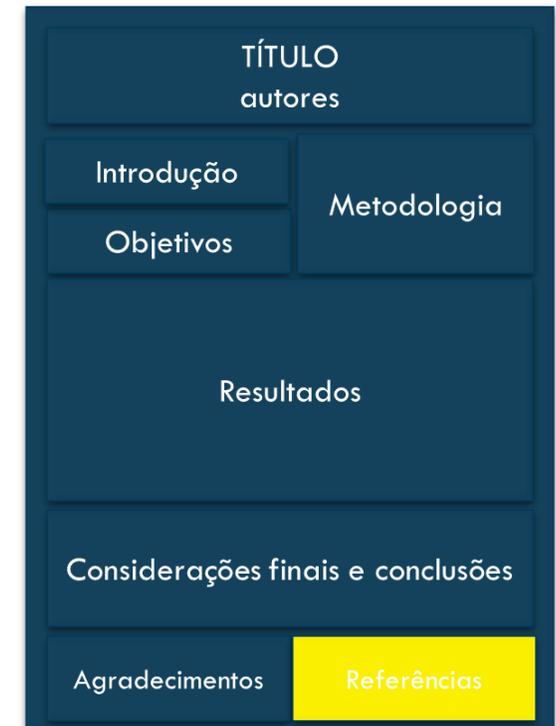
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Listem somente autores citados **no texto do pôster**;

Citem no pôster somente autores que **vocês** realmente **leram** e se embasaram para criação do pôster .



Nunca se esqueçam de colocar a referência original de figuras utilizadas no trabalho.



**Vamos combinar o seguinte:
tentem deixar seu pôster com, no
máximo, 800 palavras!!!**

DEAL





TEXTO

Use linguagem simples e sentenças curtas. Sejam sucintos e objetivos.

Leiam e releiam o texto.

- Se não é relevante para a mensagem, removam. Deixem o texto enxuto, o menor possível;
- A releitura ajudará vocês a encontrarem também erros gramaticais e de concordância...

Hierarquizem o texto por meio de tópicos;

Guiem os olhos dos espectadores de um quadro até o outro em um design lógico do começo ao fim.

Figuras, tabelas, gráficos devem ser numerados, e referidos pelo número no texto. Devem ter legenda.

TAMANHO E FONTE



Evite ao máximo o uso de **FONTES** simpáticas

ou **bordas chamativas**

em seu texto, pois *elas*

prejudicam, e muito, a leitura.



A fonte deve ser consistente ao longo do pôster e o texto deve ser legível a, aproximadamente, 1,5 m de distância;

Fontes tradicionalmente usadas: **Arial**, **Tahoma** ou **Times New Roman**;

Se você quer um ser diferente, considere **Calibri**, **Aharoni**, **Bierstadt**, **Palatino**...

HIERARQUIA

TÍTULO

85-72 pts

AUTORES

50 pts

INSTITUIÇÃO

24-32 pts

TÓPICOS

36-44 pts

TEXTO

24-32 pts

CONCLUSÕES

36-44 pts

**LEGENDAS, REFERÊNCIAS E
AGRADECIMENTOS**

18 pts



CORES

Use as cores de forma inteligente

- Use um esquema de cores que seja atraente, mas que não canse o leitor. Use cores mais quentes nas bordas e cores mais frias no centro para contrastar com o texto.
- Use as cores também para se comunicar: cores iguais para coisas similares. Por exemplo, se estudou três casos, use uma cor para cada caso, repetindo essa cor em gráficos e textos.

▪ CUIDADO COM EXCESSOS!!!!

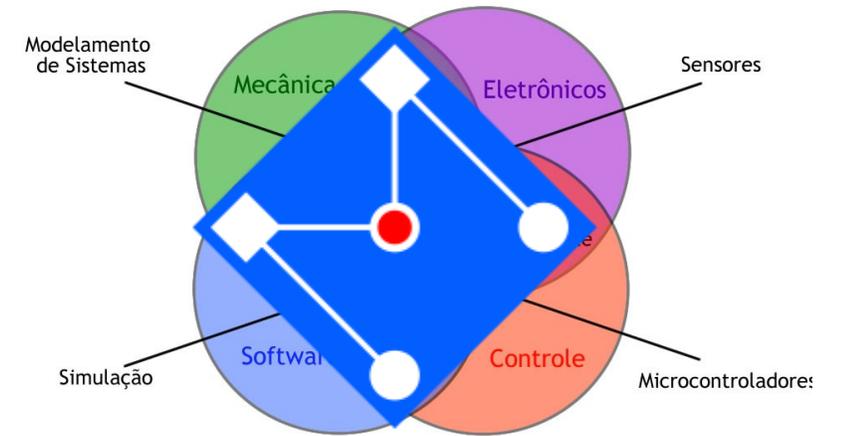
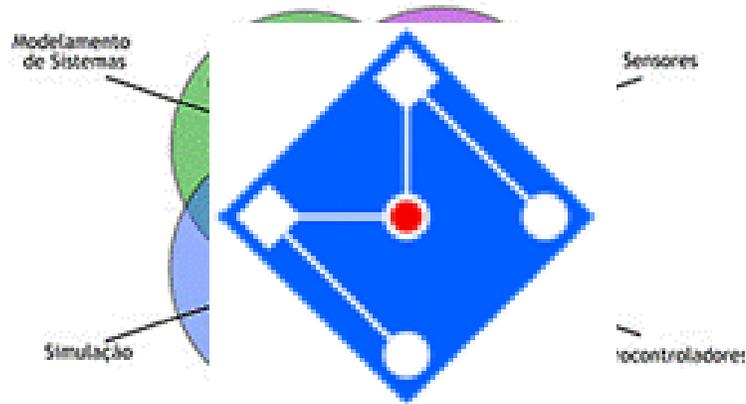
OLHE PARA A DIREITA



ILUSTRAÇÕES

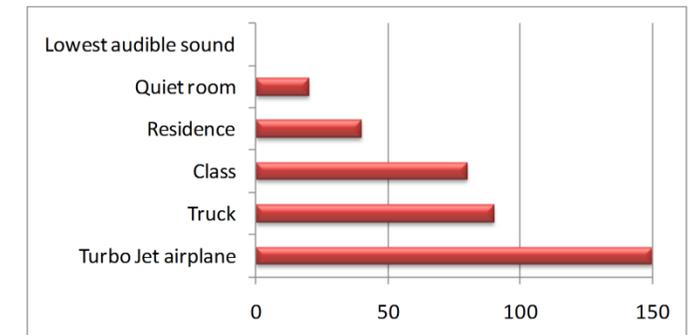


Useм figuras interessantes, de preferência coloridas, e fotos (por favor!) de alta qualidade,



Deem preferência a gráficos ao invés de tabelas,

Source	Decibels (dB)
Turbo jet airplane	150
Truck without muffler	90
Noisy class, gymnasium, alarm clock, police whistle	80
Average residence	40
Quiet room	20
Lowest audible sound	0



CUIDADO...

Com detalhes...

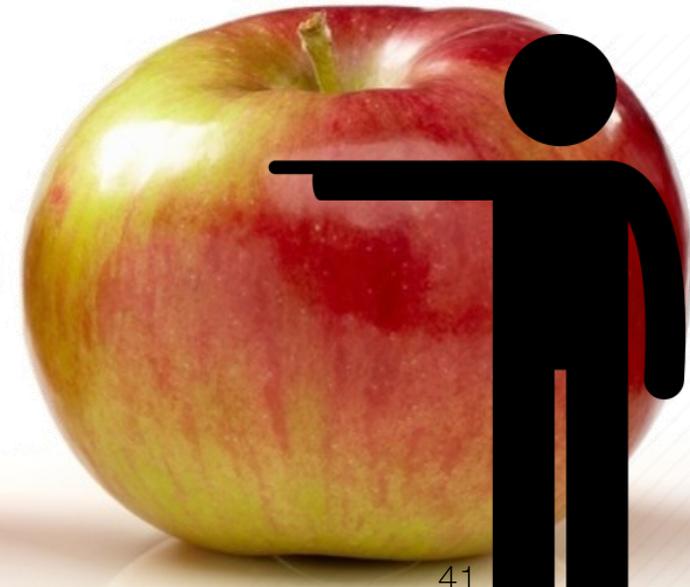


EM RESUMO...

Isso
você
Fala!

Fruta pomóidea (carnuda), na qual o ovário amadurecido e o tecido circundante tornam-se carnudos e comestíveis. Quando colhidas, são geralmente arredondadas, com 5-10 cm (2-4 polegadas) de diâmetro e algumas tonalidades de vermelho, verde ou amarelo; eles variam em tamanho, forma e acidez dependendo da variedade.

Isso
você
mostra!



CUIDADO...

Cuidado com erros de português...

Mistakes are like
cockroaches. Finding
one means that there
are at least 30 more.



A hand holding a blue pen with the word 'POLI' written on it in yellow. The background is dark, and the hand is in a light gray tone.

APRESENTAÇÃO

5 minutos de apresentação



ABC DA BOA APRESENTAÇÃO...

Attitude

Body language

Congruence

Nicholas Boothman.

Convince Them in 90 Seconds or Less: Make Instant Connections that Pay Off in Business and in Life.

ELEVATOR PITCH

Pode ser traduzido para o português da seguinte forma: um curto espaço de tempo – como a duração média de uma viagem de elevador (60s) – no qual um empreendedor deverá apresentar, de maneira arrebatadora, sua ideia de negócio para um investidor em potencial.



ELEVATOR PITCH EFICAZ É ...

Conciso;

Claro;

Atraente;

Personalizado ao ouvinte;

Conversacional.



Nem muito...

Nem pouco...

Somente o necessário!

Evitem o excesso de informações

CUIDADO...

... com a informalidade excessiva:

- “Os cara lá disseram...”
- “Deu pau na simulação...”
- “A gente chutou esse valor porque...”

... com o *gerundismo*:

- “Nós vamos estar transmitindo para vocês...”

... com as *expressões* de final de frase:

- “Tá?”, “Certo?”
- “Tá me entendendo?”



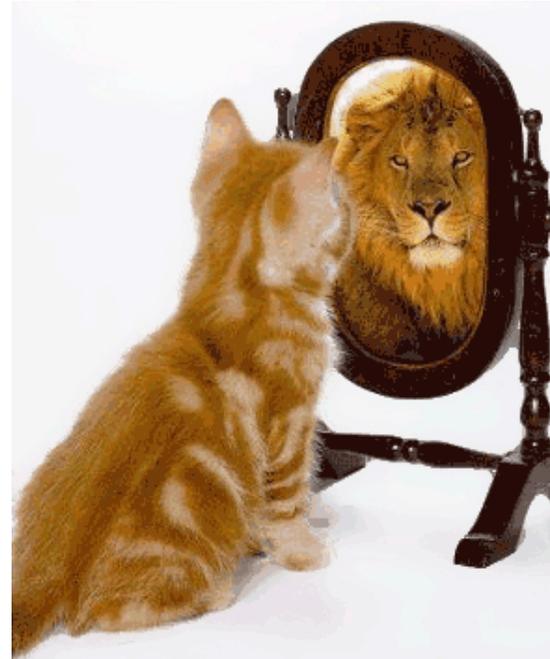
CUIDADO...

... com o ego inchado...

- “Eu fiz...”
- “Eu calculei...”
- “Eu descobri...”



3

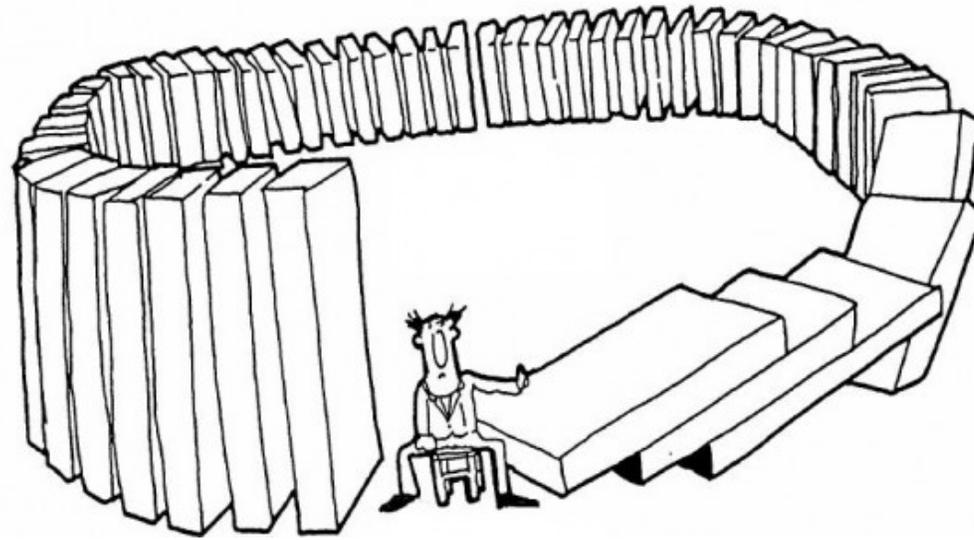


Não perca tempo com o óbvio, você conhece sua plateia.

Mesmo que seu parceiro não tenha feito nada, não é hora de *lavar roupa suja...*



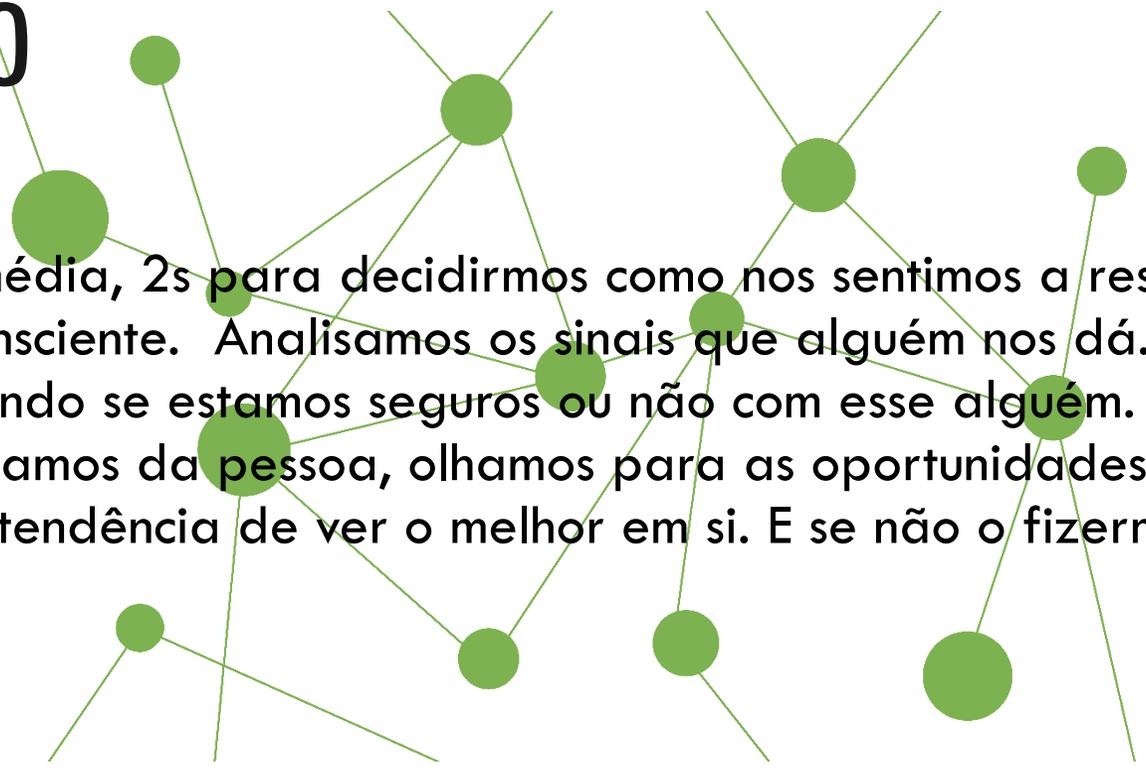
CUIDADO...



... com o uso de exemplos que vocês leram ou ouviram mas não entenderam muito bem...

... e frases que não sabem explicar...

CONEXÃO



Levamos, em média, 2s para decidirmos como nos sentimos a respeito de alguém. É inconsciente. Analisamos os sinais que alguém nos dá. Basicamente, estamos decidindo se estamos seguros ou não com esse alguém. Se nos sentimos seguros, e gostamos da pessoa, olhamos para as oportunidades de lhe dizer *sim*. E temos a tendência de ver o melhor em si. E se não o fizermos, nós vemos o contrário. “

Nicholas Boothman.

Convince Them in 90 Seconds or Less: Make Instant Connections that Pay Off in Business and in Life.



DICAS GERAIS

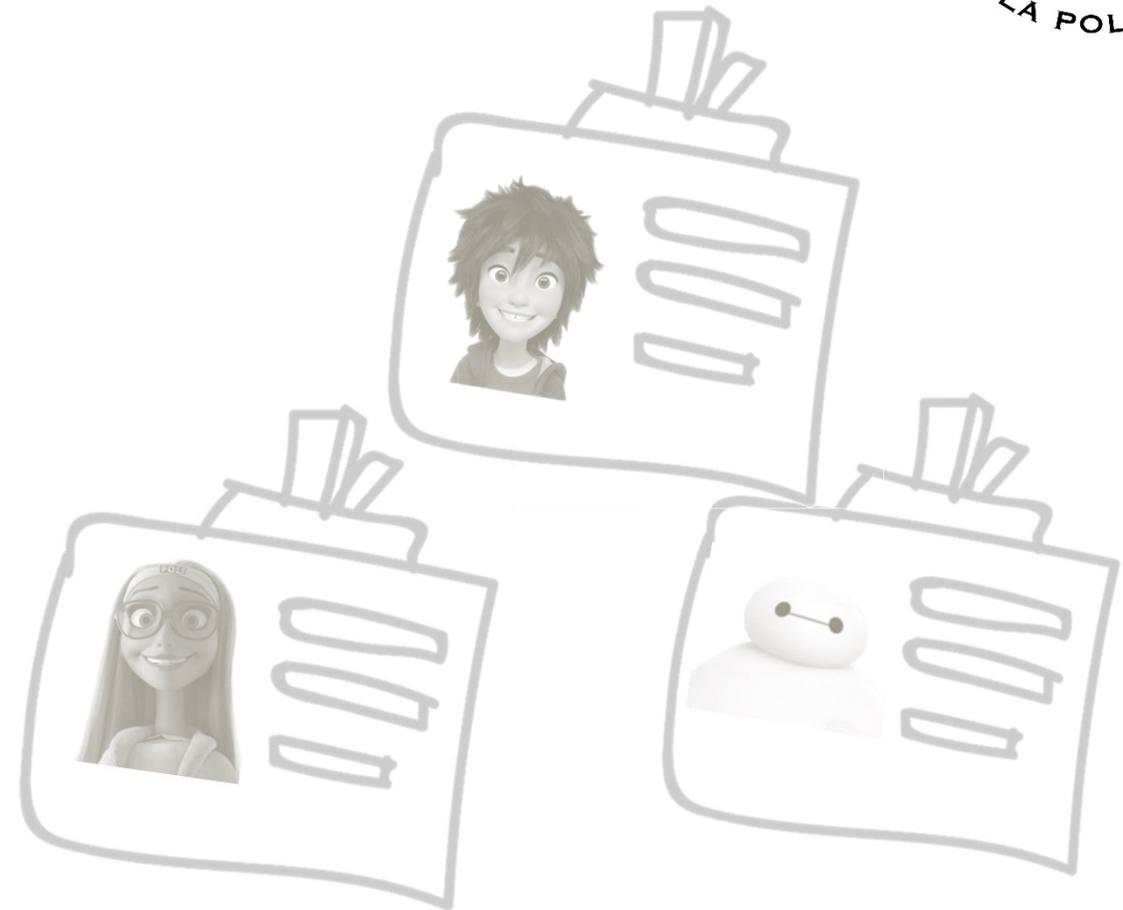
Segundo estudos na área de comportamento humano, a primeira impressão que uma pessoa tem da outra se baseia:

- 55% em sua aparência e ações;
- 38% em seu tom de voz;
- 7% na propriedade intelectual, ou seja, no que é falado.

COMECEM SEMPRE APRESENTANDO O TIME

Não se esqueçam de se identificar antes de falar.

O time é composto pelos alunos e pelo orientador.



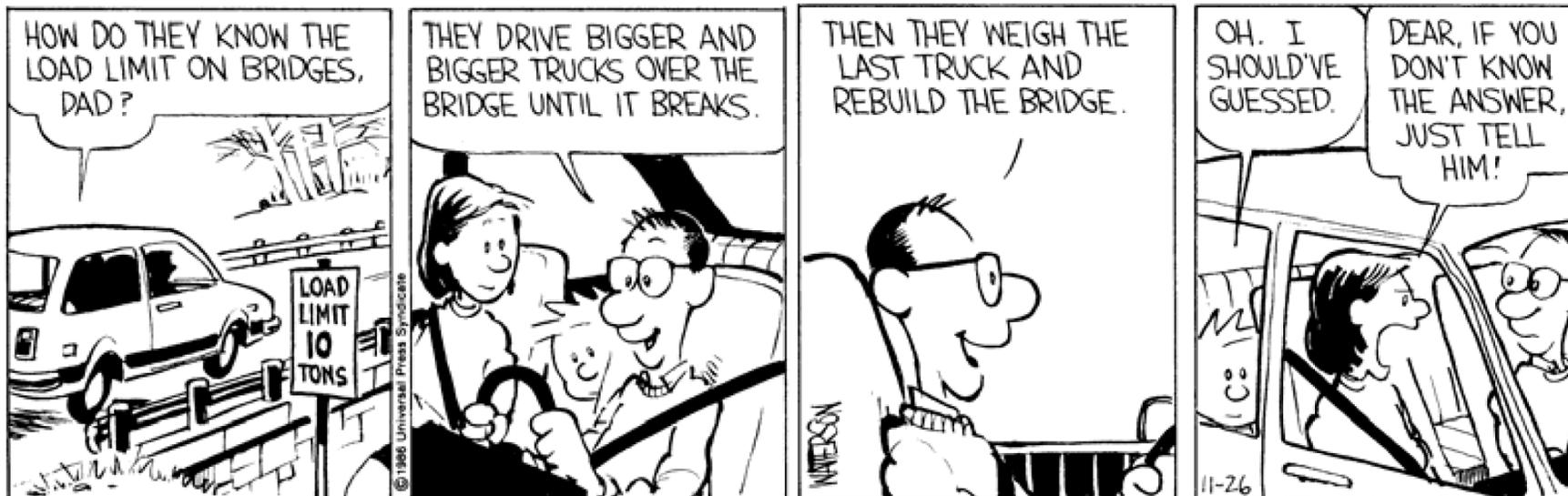
APRESENTADOR – POSTURA

Saibam o que fazer com as mãos!

O mundo trata melhor quem se veste bem !

Lidem bem com perguntas difíceis!

De maneira adequada!!!!



APRESENTADOR – GRUPO!

Todos os integrantes do grupo devem apresentar!

**Nunca deixe que
nenhum limite tire de
você a ambição da
autossuperação.**





CONFIANÇA

Sejam confiante.

**Confidence
is not just a style,
it's a message.**

E deixem clara a paixão pelo problema
que escolheram.



AO APRESENTAR

Mantenham boa imagem, usem a linguagem corporal;

Controlem o tom e o volume da voz;

Falem devagar;

Apontem para o pôster para orientar os ouvintes;

Bom humor sem exageros – é o TCC de vocês, evitem piadas e brincadeiras;

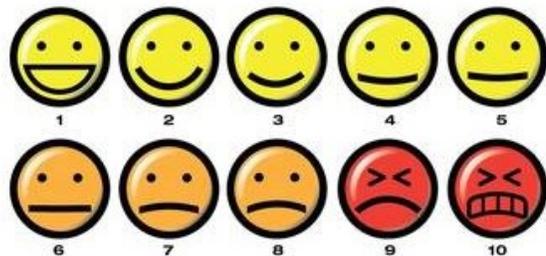
Cuidado com erros de português!

“50% dos entrevistados num processo de seleção não passam por causa dos erros em português”

Innovia Training & Consulting

POR FIM...

Se bem estruturada, a apresentação e o pôster valorizam suas ideias e propostas – enquanto uma apresentação ruim....



Ano 2023



“On a scale of one to ten, how would you rate your pain?”