**TÍTULO DO RESUMO** (Fonte Times New Roman 14, Centralizado, espaçamento 1.0)

**Subtítulo (**Se houver, fonte Times New Roman 14, Centralizado, espaçamento 1.0)

(Fonte Times New Roman 10, Texto a Direita, espaçamento 1.0) Ex.: **Autor 1 - UNIBALSAS**

**Autor 2 -** **IES de Origem**

**Autor 3 – IES de Origem**

**1 INTRODUÇÃO**

O corpo do texto deve iniciar imediatamente abaixo do título ou subtítulo das sessões. O corpo de texto utiliza fonte tipo *Times New Roman*, tamanho 12, justificado na direita e esquerda, com espaçamento 1,5 entre as linhas. O corpo de texto também utiliza um espaçamento de 6 pontos depois de cada parágrafo, exatamente como este parágrafo.

O resumo expandido deverá conter no mínimo 2 e no máximo 4 páginas, respeitando-se a formatação estabelecida neste modelo. Maiores detalhes sobre como elaborar um artigo científico podem ser encontrados no documento “Manual do Artigo Científico”, presente no site da Faculdade de Balsas, no menu “Institucional/Documentos institucionais/Manual Artigo Científico”.

A introdução deve ser breve e justificar o problema estudado de forma clara, utilizando-se revisão de literatura. O último parágrafo deve conter os objetivos do trabalho realizado.

**2 METODOLOGIA**

A seção metodologia deve ser concisa, mas suficientemente clara, de modo que o leitor entenda e possa reproduzir os procedimentos utilizados. Deve conter as referências da metodologia de estudo e/ou análises laboratoriais empregadas e contemplar as exigências dos preceitos éticos do estudo.

**3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A seção “Resultados e Discussão” deve conter os dados obtidos e deve estar baseada e comparada com a literatura utilizada no trabalho de pesquisa, indicando sua relevância, vantagens e possíveis limitações. Serão aceitos resumos com tabelas, gráficos, fotos, desde que respeitados os limites de páginas estabelecidos para esta modalidade de trabalho.

**4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As considerações finais deverão ser elaboradas com o verbo no presente do indicativo, em frases curtas, sem comentários adicionais e com base nos objetivos e resultados do Resumo Expandido.

**5 REFERÊNCIAS**

Deverá ser listada apenas a bibliografia citada no texto, em ordem alfabética e de acordo com as normas da ABNT.

As referências são alinhadas somente à margem esquerda do texto e de forma a identificar o documento, separadas por espaços simples, conforme exemplos abaixo.

GIULIANI, Antônio Carlos. Marketing Contemporâneo: novas práticas de gestão. São Paulo: Saraiva, 2006.

GOLDZIMER, Linda Silverman. Primeiro eu: um recado do seu cliente. São Paulo: Maltese, 2002.

KAHTALIAN, Marcos. Marketing. Coleção Gestão Empresarial. Curitiba: Associação Franciscana de ensino Senhor Bom Jesus, 2002.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing; análise, planejamento, implementação e controle. 3.ed. Trad. de Aílton Bomfim Brandão. São Paulo. Editora Atlas, 1995.

SCHWARTZMAN, Simon. Como a Universidade Está se Pensando? In: PEREIRA, Antonio Gomes (Org.). Para Onde Vai a Universidade Brasileira? Fortaleza: UFC, 2000. p. 29-45.

SAVIANI, Demerval. A Universidade e a Problemática da Educação e Cultura. Educação Brasileira, Brasília, v. 1, n. 3, p. 35-58, maio/ago. 2000.