



**GRUPO PROJEÇÃO
UNIPROJEÇÃO – CAMPUS I
BIBLIOTECA**

ACERVO GERAL

A biblioteca possui um acervo atualizado, com cerca de 32 mil exemplares de livros, 234 títulos de periódicos e 460 exemplares de recursos audiovisuais. Além da assinatura da biblioteca digital “Minha Biblioteca”, que disponibiliza a toda comunidade acadêmica acesso na íntegra ao conteúdo de mais de 7 mil títulos de livros.

A biblioteca fornece o suporte necessário ao cumprimento dos currículos dos cursos oferecidos. Tem como base a bibliografia apresentada nos Projetos Pedagógicos de Cursos (PPCs). O número de exemplares obedece ao estabelecido pelas diretrizes do MEC, nos quais se encontram as referências nas categorias básica e complementar.

A bibliografia básica das unidades curriculares foi definida quando da elaboração do projeto pedagógico do curso refletindo a experiência dos profissionais que participaram de sua elaboração. A bibliografia básica de cada unidade curricular é constituída, no mínimo, por três títulos que se encontram disponíveis na proporção média de um exemplar para menos de 10 vagas anuais pretendidas/autorizadas e estão, portanto, em conformidade com os indicadores de excelência do Instrumento de Avaliação de Cursos do MEC/INEP.

A atualização das bibliografias é feita periodicamente a pedido dos professores e validação do Colegiado de Curso e do NDE, órgão responsável não apenas pelo aperfeiçoamento do Projeto Pedagógico do Curso, mas também pela sua formulação, revisão e implementação. Todas as alterações/atualizações são devidamente registradas em ata e arquivadas na Coordenação de Curso.

A bibliografia indicada nos planos de ensino é oriunda do Projeto Pedagógico do Curso, portanto, nenhuma obra pode ser indicada no plano de ensino se não constar no respectivo PPC. Aos professores, durante as reuniões periódicas, a Coordenação de Curso oportuniza a indicação de novas obras, que somente após a aquisição, catalogação e disponibilização no acervo físico e/ou digital da biblioteca da Instituição; e após a devida inserção no ementário do PPC, poderão ser indicados nos planos de ensino das componentes curriculares.

A bibliografia complementar é constituída, no mínimo, por cinco títulos para cada unidade curricular na proporção mínima de dois exemplares para cada título. Há ainda a utilização de artigos e sítios específicos quando os conteúdos das disciplinas assim o exigirem. A atualização das bibliografias é feita periodicamente a pedido dos professores e validação do Colegiado de Curso e do NDE, órgão responsável não apenas pelo aperfeiçoamento do Projeto Pedagógico do Curso, mas também pela sua formulação, revisão e implementação. Todas as alterações são devidamente registradas em ata e arquivadas na Coordenação de Curso.

Os alunos têm a sua disposição acesso a diversos títulos de periódicos especializados impressos e eletrônicos. Além dos periódicos adquiridos por meio de compra, a biblioteca, em parceria com as Coordenações de Curso, formou um grupo de estudos que inclui bibliotecários, coordenadores e professores, e fez a compilação de periódicos eletrônicos gratuitos, que na sua maioria são produzidos por instituições federais de ensino e reconhecidos no meio acadêmico por sua excelência, e os disponibilizou por meio dos *links* no sistema Pergamum e nos planos de ensino.

A assinatura dos periódicos especializados, indexados e correntes, no formato impresso ou virtual, são renovadas regularmente no intuito de manter o acervo disponível ao alunado da Instituição. Os períodos disponíveis na biblioteca contemplam diversas áreas do saber e disponibilizam conteúdos atualizados. A referência dos períodos especializados consta no ementário do Projeto Pedagógico do Curso, conforme a aderência à cada componente curricular da matriz.

**ACERVO DE LIVROS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Segue abaixo os materiais pertencentes ao ementário de disciplinas do Curso de Comunicação Social Publicidade e Propaganda, cabe salientar quem além dos livros e periódicos citados abaixo, os alunos tem acesso a todo acervo da biblioteca, assim como ao acervo de todas as bibliotecas pertencentes ao Grupo Projeção.

ACERVO DE LIVROS

ADOBE CREATIVE TEAM; FURMANKIEWICZ, Edson. Adobe Illustrator CS3: classroom in a book: guia oficial de treinamento. Porto Alegre: Bookman, 2008.

ADOBE; MELLO, Fábio Fonseca de. Adobe Photoshop 7.0: guia autorizado. São Paulo: Pearson Educations do Brasil, 2005.

ADORNO, Theodor Wiesengrund. Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALBERS, Josef; CAMARGO, Jefferson Luiz; SANTOS, Fernando. A interação da cor. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2009.

ALBUQUERQUE, José de Lima. Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas, 2009.

ALMEIDA, Fernando. Os Desafios da Sustentabilidade: uma ruptura urgente. Rio de Janeiro. Campus Elsevier. 2007. 5ª. Ed. Autêntica, 2014.

ALVES, Márcia Nogueira. Mídia e produção audiovisual: uma introdução. 2. ed. Curitiba, PR: IBPEX, 2011.

ARANTES, Antônio Augusto. O que é cultura popular. São Paulo: Brasiliense, 1978.

ARAÚJO, Luis César G. de. Organização, sistemas e métodos e as tecnologias de gestão organizacional. São Paulo: Atlas, 2011.

ARENS, William F.; SCHAEFER, David H.; WEIGOLD, Michel F. Propaganda. Porto Alegre: AMGH, 2013.

AUMONT, Jacques; ABREU, Estela dos Santos; SANTORO, Cláudio Cesar. A imagem. 12. ed. Campinas, SP: Papyrus, 2007

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação e culturas do consumo, Editora Atlas, 2008.

BAGNO, M. Gramática, pra que te quero? Os conhecimentos linguísticos nos livros didáticos de português. Curitiba: Aymará, 2012.

- BALLESTERO-ALVAREZ, Maria Esmeralda. Manual de organização, sistemas e métodos: abordagem teórica e prática da engenharia da informação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- BARBAN, Arnold M.; et al. A essência do planejamento de mídia. São Paulo: Nobel, 2004.
- BARBIERI, José Carlos. Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos. São Paulo: Saraiva, 2011
- BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.
- BARROS, Antonio Teixeira de; DUARTE, Jorge Antonio Menna; MARTINEZ, Regina Esteves. Comunicação: discursos, práticas e tendências. São Paulo: Rideel, 2001.
- BARTHES, R. O prazer do texto. Tradução Jacob Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- BATEMAN, Thomas S. Administração: construindo vantagens competitivas. São Paulo: Atlas, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt & MAY, Tim. Aprendendo a pensar com a sociologia. Rio de Janeiro: Zahar.
- BAUTZER, Deise. Inovação: repensando as organizações. São Paulo: Atlas, 2009
- BELCH, George E.; BELCH, Michael A. Propaganda e promoção: uma perspectiva da comunicação integrada de marketing. Porto Alegre: AMGH, 2014.
- BERNARDI, Luiz Antônio. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2011 MORGAN, Gareth. Imagens da organização. São Paulo: Atlas, 2010. ROBBINS, Stephen P. Comportamento organizacional. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
- BERTOMEU, João Vivente Cegato, (Org.). Criação Visual e Multimídia. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- BIANCHI, Anna Cecilia de Moraes; ALVARENGA, Marina; BIANCHI, Roberto. Manual de orientação: estágio supervisionado. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 2011.
- BOBBIO, Norberto. A era dos direitos. Rio de Janeiro: Campus, 2004.
- BOBBIO, Norberto. Estado, governo e sociedade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- BOBBIO, Norberto. O futuro da Democracia. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. Dicionário de Política. Brasília: Universidade de Brasília, 2007.

BOHLANDER, George; SNELL, Scott; SHERMAN, Arthur. Administração de recursos humanos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2010.

BOM ANGELO, Eduardo. Empreendedor corporativo: a nova postura de quem faz a diferença. 11. ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2003. (5ex. 2003)

BONAVIDES, Paulo. Ciência Política. São Paulo: Saraiva, 2016.

BOSI, Alfredo (org.). Cultura brasileira: temas e situações. 4. ed. São Paulo: Ática, 1999.

BOSI, Ecléa. Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias. 11.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Plano Nacional de Implementação das Diretrizes Curriculares Nacionais para a educação das relações étnico-raciais e para o ensino de história e cultura afro-brasileira e africana. Brasília: MEC, SECADI, 2013.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Saberes e práticas da inclusão: desenvolvendo competências para o atendimento às necessidades educacionais especiais de alunos com deficiência física/neuro-motora. Brasília, DF: MEC, Secretaria de Educação Especial, 2006.

BROCKE, J. V.; ROSEMAN, M. Manual de BPM: gestão de processos de negócio. Porto Alegre: Bookman, 2013.

CALAZANS, Flávio Mário de Alcantara. Propaganda subliminar multimídia. São Paulo: Summus, 2011.

CAMARGO, Marculino. Fundamentos de ética geral e profissional. Petrópolis: Vozes, 2010.

CARRASCOZA, João Anzanello. A evolução do texto publicitário. Futura, 2007.

CAULLIRAUX, Heitor; PAIM, Rafael; CARDOSO, Vinícius. Gestão de Processos: Pensar, Agir e Aprender. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CÉSAR, Cyro. Como falar no rádio: prática de locução AM e FM. São Paulo: Summus, 2009.

CESAR, Newton. Os primeiros segredos da direção de arte. São Paulo: Ed. Senac, 2000.

CHAUÍ, Marilena Sousa. Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

CHAUVEL, Marie Agnes e COHEN, Marcos. Ética, Sustentabilidade e Sociedade: Desafios Da Nossa Era. Rio Janeiro. Mauad. 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações. São Paulo. Elsevier, 2010.

CHIZZOTTI, Antônio. Pesquisa em ciências humanas e sociais. São Paulo: Cortez, 2001.

COLI, Jorge. O que é arte. São Paulo, SP: Brasiliense, 2004.

COLLARO, Antonio Celso. Produção Gráfica: Arte e técnica da mídia de impressa. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

COLLARO, Antonio Celso. Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação. 4. ed. São Paulo: Summus, 2006.

COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro: o mais completo guia da arte e técnica de escrever para televisão e cinema. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

COMPARATO, Fábio Konder. A afirmação histórica dos direitos humanos. São Paulo: Saraiva, 2010.

CORAL, E.; OGLIARI, A.; ABREU, A. F. Gestão Integrada da Inovação: Estratégia, Organização e Desenvolvimento de Produtos. São Paulo: Atlas, 2008.

CORRÊA, Roberto. O atendimento na agência de comunicação. São Paulo: Global Editora, 2009.

CORREA, Rodrigo Stéfani. Propaganda digital: em busca da audiência através de sites multimídia na web. Curitiba, PR: Juruá, 2011.

CORREA, Rodrigo Stéfani. Propaganda Digital: em busca da audiência através de sites multimídia na web. Curitiba: Juruá, 2011. LÉVY, Pierre. O que é o virtual? São Paulo: Editora 34. 2009.

COSTA, Jurandir Freire. A ética e o espelho da cultura. 3. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

COSTA, Maria Cristina Castilho. Sociologia: introdução à ciência da sociedade. São Paulo. Moderna, 2006.

COVALESKI, Rogério. Cinema e publicidade: intertextos e hibridismos. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2015

COVEY, Stephen R. Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes. Tradução de Celso Nogueira; Revisão de Antônio Carlos Rodrigues de Moraes. 32. ed. São Paulo: Nova Cultural, 2011.

COZZI, Afonso. Empreendedorismo de base tecnológica: spin-off: criação de novos negócios a partir de empresas constituídas, universidades e centros de pesquisa. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2008.

CRUZ, Tadeu. Manual para gerenciamento de processos de negócio: metodologia Domp™. São Paulo: Atlas, 2015.

CURY A. Organização & métodos: uma visão holística. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

DAMANTE, Nara. Grandes nomes da mídia brasileira. São Paulo: Nobel, 2006.

D'ASCENÇÃO, Luiz Carlos M. Organização, sistemas e métodos: análise, redesenho e informatização de processos administrativos. São Paulo: Atlas, 2012.

DESSLER, Gary. Administração de recursos humanos. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

DIAS, Sergio Roberto. Pesquisa de mercado. São Paulo: Saraiva, 2012.

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Sextante, 2008.

DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2007. (13ex. 2007)

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2005.

DUAILIBI, Roberto; SIMONSEN, Harry. Criatividade e Marketing. São Paulo: Makron Books, 2000

DUARTE, Jorge (org.) Barros, Antônio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2011.

DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. São Paulo: Editora Martin Claret, 2006.

EISNER, Will. Quadrinhos e arte sequencial. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

ELIN, Larry e LAPIDES, Alan. O Comercial de Televisão, planejamento e produção. Editora Bossa Nova, 2006.

FERNANDES NETO, Guilherme. Direito da comunicação social. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

FERRACCIÉ, João de Simone. Promoção de Vendas. São Paulo: Makron, 2007.

FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: o veículo, a história e a técnica. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

FERRARI, Flavio. Planejamento e atendimento: a arte do guerreiro. São Paulo: Nobel, 2005.

FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. Direitos humanos fundamentais. São Paulo: Saraiva, 2011.

FIELD, Syd Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FIGUEIREDO, Rubens. O que é marketing político. São Paulo: Brasiliense, 1994

FILOMENO, José Geraldo Brito. Teoria Geral do Estado e Ciência Política. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. Aprendizagem e inovação organizacional. São Paulo: Atlas,

FLUZY, Maria Tereza Leme; ROSA MARIA FISCHER. Cultura e poder nas organizações. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FOLTS, James A.; LOVELL, Ronald P.; ZWAHLEN JR., Fred C. Manual de fotografia. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

FORNI, João José. Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. São Paulo: Atlas, 2013.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para a internet. Porto Alegre, RS: Sulina, 2015

FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Práticas de recursos humanos: Conceitos, Ferramentas e Procedimentos. São Paulo: Atlas, 2012.

FRANÇA, Vera Veiga (org.); HOHLFELDT, Antônio (org.); MARTINO, Luiz C. (org.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. 10.ed. Petropolis, RJ: Vozes, 2010.

FREEMAN, Michael. Mente do fotógrafo, A: pensamento criativo para fotografias digitais incríveis. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012

FREITAG, Bárbara. A teoria crítica ontem e hoje. São Paulo: Brasiliense, 1994.
HOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

GADE, Christiane. Psicologia do consumidor e da propaganda. São Paulo: E.P.U.; 2005

GAMBA JUNIOR. Computação gráfica para designers: dialogando com as caixinhas de diálogo. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2011.

GENÉRICO, Tony. Estúdio: fotografia, arte, publicidade e splashes. 2. ed. Balneário Camboriú - SC: Photos, 2012.

- GESSER, Audrei. Libras? Que língua é essa? Crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda. São Paulo: Parábola Editorial, 2014.
- GIGLIO, Ernesto M. O comportamento do consumidor. São Paulo: pioneira
- KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. 2. ed. São Paulo:
- GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2010.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- GNERRE, Maurizio. Linguagem, escrita e poder. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- GOMES Filho, João. Gestalt do Objeto: Sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras Editora, 2003.
- GONÇALVES, Lilian S. Neuromarketing aplicado à redação publicitária.
- GONÇALVES, Reinaldo. Economia Aplicada. São Paulo: FGV, 2012.
- GONZALEZ, Rafael C.; CESAR, Roberto Marcondes Junior; COSTA, Luciano da Fontoura; WOODS, Richard E. Processamento de imagens digitais. São Paulo: Edgard Blucher, 2010.
- GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas. 3. ed. São Paulo: Senac, 2003.
- GRACIOSO, Francisco. Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- GRACIOSO, Francisco. Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- GREMAUD, Amaury Patrick; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JÚNIOR, Rudinei. Economia brasileira contemporânea. São Paulo, SP: Atlas, 2012.
- GREY CHRISTOPHER. Iluminação em estúdio: Técnicas e truques para fotógrafos digitais. 2. ed. Balneário Camboriú - SC: Phorte, 2012.
- GRUPO MARCUSE. Sobre a miséria humana no meio publicitário/ por que o mundo agoniza em razão do nosso modo de vida. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
- GUIMARÃES NETO, Ernane; LIMA, Leonardo Sousa de. Narrativas e personagens para jogos. São Paulo: Érica, 2014.
- GUIMARÃES, Bernardo; GONÇALVES, Carlos Eduardo. Economia sem truques. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- HAMMS, Ana Paula Ruup. Sociologia. Brasília: Projeção, 2014.

- HEDGECOE, John. Guia completo de fotografia: a técnica fotográfica explicada passo a passo em mais de 400 fotografias e ilustrações em cores. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- HERBERT, Marshall McLuhan; PIGNATARI, Décio (tradutor). Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 2002.
- HISRICH, Robert D. Empreendedorismo. Porto Alegre, RS: Bookman, 2007.
- HUISMAN, Denis. A estética: a arte e comunicação. Lisboa: ED 70, 1984.
- HUNTER, Fil; BIVER, Steven; FUQUA, Paul; MELLO, Patrícia de Zutter; BONELLI, Rafael. Luz - Ciência & Magia: guia de iluminação fotográfica. Camboriú: Photos, 2013.
- JACCOUD, Luciana; RAFAEL GUERREIRO OSÓRIO; SERGEI SOARES. Políticas públicas e a desigualdade racial no Brasil: 120 anos após a abolição. Brasília: IPEA, 2008.
- JESUS, Eduardo de; SALOMÃO, Mozahir. Interações plurais: a comunicação e o contemporâneo. São Paulo: Annablume, 2008.
- KELBY, Scott. Fotografia digital na prática: segredos incríveis para dar a suas fotos uma aparência profissional. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010
- KELLISON, Cathrine Produção e Direção para TV e Vídeo: uma Abordagem Prática, Ed.Elsevier - Campus 2007.
- KLOSKOWSKI, Matt; LIMA, Neury. Photoshop: Montagens e Fusões Criativas. Camburiú: Photos, 2012.
- KOCH, I. e ELIAS, V. Escrever e Argumentar. São Paulo: Contexto, 2016.
- KOCH, I. V.; ELIAS, V. M. Ler e Escrever: estratégias de produção textual. São Paulo: Contexto, 2009.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 12. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall Brasil, 2011.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.
- LAKATOS, E.; MARCONI, M. Sociologia geral. São Paulo: Atlas, 2014.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2010.
- LANGFORD, Michael. Fotografia básica. Lisboa: Dinalivro, 2003.
- LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. 24. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- LAVILLE, Elisabeth. A empresa verde. São Paulo: Ôte, 2009.

LEÃO, Taís Lobato. Formei-me em publicidade. E agora? São Paulo: Nobel, 2001.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34. 2010.

LÉVY, Pierre. Tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34. 2010.

LEWIS, David e BRIDGES, Darren. A alma do novo consumidor. São Paulo: M. Books, 2004.

LIMA, Paulo Rodolfo de; BARBEIRO, Heródoto. Manual de Radiojornalismo. Editora Campus, 2003.

LUPETTI, Marcélia. Administração em publicidade: a verdadeira alma do negócio. São Paulo: Thomson, 2006.

MACHADO FILHO, C.A. P. Responsabilidade Social e Governança: O Debate e as implicações. Ed. Thomson, 2006.

MADRUGA, Roberto Pessoa; CHI, Ben Thion (autor); SIMÕES, Marcos Licínio da Costa (autor).; TEIXEIRA, Ricardo Franco (autor). Administração de marketing no mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: FGV, 2001.

MADY, Eliane Batista. Pesquisa de mercado. Curitiba: InterSaberes, 2014.

MAGNONI, Antônio Francisco e CARVALHO, Juliano Maurício de. O novo rádio - cenários da radiodifusão na era digital, 2010.

MALHEIRO, Emerson Penha. Curso de direitos humanos. 2. São Paulo: Atlas, 2014.

MALUF, Sahid. Teoria Geral do Estado. São Paulo: Saraiva, 2007.

MANKIW, N. Gregory. Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia: texto básico nas melhores universidades. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MARCONDES, Pyr. Uma história da propaganda brasileira. 2. ed. Rio de Janeiro: [s. ed.], 2002.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARRAS, Jean Pierre. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

MARTINS, Estevão C. de Rezende. Cultura e poder. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

MARTINS, Zeca. Redação publicitária: a prática na prática. São Paulo: Atlas, 2009.

MATIAS, Pereira José. Manual de metodologia da pesquisa científica. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MATTELART, Michèle. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 2011.

MAZZUOLI, Valério de Oliveira. Curso de direitos humanos. Rio de Janeiro: Método, 2014.

MCLEISH, Robert. Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2011.

MILKOVICH, George T., BOUDREAU, Geoge TJohn W.. Administração de recursos humanos. São Paulo: Atlas, 2010.

MORIN, Edgar; SARDINHA, Maura Ribeiro. Cultura de massas no século XX: Neurose. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

MOTTA-ROTH, D. e HENDGES, G. R. Produção textual na universidade. São Paulo: Parábola, 2010.

MUNHOZ, Daniela R. M. Manual de identidade visual: guia para construção. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

NALINI, José Renato. Ética geral e profissional. 5. ed. São Paulo, SP: Ed. Revista dos Tribunais, 2006.

NOBREGA, Clemente. Antropomarketing: dos Flintstones à era digital - marketing e a natureza humana. Rio de Janeiro: Senac, 2002.

OGDEN, James R. Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

OGDEN, James R.; CRESCITELLI, Edson. Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas. 2.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2013.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Sistemas, organizações e métodos: uma abordagem gerencial. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, Pêrsio Santos de. Introdução à sociologia da educação. São Paulo: Ática, 2007.

OLIVIO, Silvio; LIMA, Manolita Correia (Org.). Estágio supervisionado e trabalho de conclusão de curso: conclusão de curso: na construção da competência gerencial do administrador. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2007.

PAULA FILHO, Wilson de Pádua. Multimídia: conceitos e aplicações. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PÉON, Maria Luisa. Sistemas de Identidade Visual. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

PIOVESAN, Flávia (Coord.); IKAWA, Daniela. Direitos humanos: fundamentos, proteção e implementação. Curitiba, PR: Juruá, 2010.

PIOVESAN, Flávia. Temas de direitos humanos. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

PRADEEP, A. K. O cérebro consumista: conheça os segredos mais bem guardados para vender a mente subconsciente. São Paulo: Cultrix, 2012.

PRADO, Emílio. Estrutura da Informação Radiofônica. São Paulo: Summus, 1989.

PREDEBON, José (org). Propaganda: profissionais ensinam como se faz.

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre, RS: Sulina, 2011.

PUCCHINI, Sérgio. Roteiro de documentário: da pré-produção a pós-produção. 3.ed. São Paulo: Papyrus, 2011.

QUADROS, Ronice Müller de. Educação de surdos: a aquisição da linguagem. Porto Alegre, RS: Artes Médicas, 2008.

QUADROS, Ronice Müller de; KARNOPP, Lodenir Becker. Língua de sinais brasileira: estudos linguísticos. Porto Alegre, RS: Artes Médicas, 2004.

QUESSADA, Dominique. O poder da publicidade na sociedade consumida pelas marcas: como a globalização impõe produtos. São Paulo: Futura, 2003.

RAMOS, André de Carvalho. Curso de direitos humanos. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

REIS, Dálcio Roberto Dos. GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA. 2ª Ed. São Paulo: Manole, 2007.

RIBEIRO, João Ubaldo. Política: quem manda, por que manda, como manda.

RIBEIRO, Milton. Planejamento visual gráfico. Brasília: LGE, 2010.

RODRIGUES, Cristiano Borges. Planejamento de campanha publicitária: o passo-a-passo que ninguém segue. São Paulo: Baraúna, 2010.

ROGERS, S. Finanças e estratégias de negócios para empreendedores. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. 382p.

ROLLO, Alberto; CARVALHO, João Fernando Lopes de; ROLLO, Alberto Luis Mendonça. Propaganda eleitoral: teoria e prática. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

ROMÁN, Fernando; MARINAS, Ignacio. Mobile marketing: a revolução multimídia. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à economia. São Paulo: Atlas, 2011.

RUAS, Roberto L., BOFF, Luiz H. ANTONELLO, Claudia S. Os novos horizontes da gestão: Aprendizagem organizacional e competências. Porto Alegre: Bookman, 2008. (16ex. 2009)

SÁ, A. L. Ética Profissional. Atlas, 2009.

SACHS, Ignacy. Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável. Rio de Janeiro. Garamond. 2002.

SALIM, César Simões; HOCHMAN, Nelson; RAMAL, Andréa Cecília.

SALLES, Heloisa Maria Moreira Lima; ENILDE FAULSTICH; ORLENE LÚCIA CARVALHO; ANA ADELINA LOPO RAMOS. Ensino da língua portuguesa para surdos: Caminhos para a prática pedagógica. Brasília, DF: MEC/ SEESP, 2004.

SANMARTIN, Stela Maris. Criatividade e inovação na empresa: do potencial à ação criadora. São Paulo: Trevisan, 2012.

SANTAELLA, Lucia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. 5. ed. São Paulo: Hacker, 2001.

SANTAELLA, Lucia. Semiótica aplicada. São Paulo: Cengage Learning. 2012

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2010.

SANTOS, Gilmar. Princípios da Publicidade. Belo Horizonte, MG: Universidade Federal de Minas Gerais, 2005.

SANTOS, Roberto Elísio dos. As teorias da comunicação: da fala a internet. 3. ed. São Paulo: Paulinas, 2010.

SAWAYA, Márcia Regina. Dicionário de Informática e Internet: inglês - português. 3. ed. São Paulo: Nobel, 1999.

SCHEIN, Edgar H. Cultura organizacional e liderança. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHMITT, Bernd H.; SIMONSON, Alex; SIMONINI, Lúcia. A estética do marketing: como criar e administrar sua marca, imagem e identidade. São Paulo: Nobel, 2002.

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO ESPECIAL. O tradutor e intérprete de língua brasileira de sinais e língua portuguesa. Brasília: MEC/ SEESP, 2004.

SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini. Gestão ambiental empresarial: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental. São Paulo: Atlas, 2011.

SENAC. Fotógrafo: o olhar, a técnica e o trabalho. Rio de Janeiro: SENAC, 2004.

SETTE TORRES, Ofélia de Lanna. O indivíduo na organização: dimensões esquecidas. vol.3 São Paulo: Atlas, 2010.

SHAYER, Mary Alice. Como vender a mídia - o marketing como ferramenta de venda do espaço publicitário. São Paulo: Nobel, 2002.

SHAYER, Mary Alice. Como vender a mídia. São Paulo: Nobel, 2002.

SILVA, Reinaldo Oliveira da. Teorias da administração. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2011.

SIMÕES, Elóy. Bordões, slogans & conceitos na publicidade brasileira. Palhoça: Unisul, 2012.

SKLIAR, Carlos (org.) A Surdez: um olhar sobre a diferença. Porto Alegre: Mediação, 1998.

SOARES, Magda. Letramento: um tema em três gêneros. 3.ed. Belo Horizonte:

SOUZA, João Valdir Alves de. Introdução à sociologia da educação. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

SOUZA, Nali de Jesus de. Economia básica. São Paulo: Atlas, 2009.

SOUZA, Regina Maria de. Educação de surdos. São Paulo: Summus, 2007.

SROUR, Robert Henry. Ética empresarial: a gestão da reputação - posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

STOLTZ, T. Capacidade de criação. Petrópolis: Vozes, 1999.

STRECK, Lenio Luiz. Ciência política e teoria geral do Estado. São Paulo:

TAHARA, Mizuho. Mídia. São Paulo: Nobel, 2011.

TAKAHASHI, S.; TAKAHASHI, V. P. Gestão de Inovação de Produtos: Estratégia, Processo, Organização e Conhecimento. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

TODOROV, Tzvetan. Teorias do símbolo. São Paulo: Papyrus, 1996.

TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de comunicação organizacional e política. 2.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2010.

TRASFERETTI, José. Filosofia, ética e mídia. São Paulo: Alínea, 2007.

TURNER, J. H. Sociologia: conceitos e aplicações. São Paulo: Pearson Education do Brasil.

VALLS, Álvaro L. M. O que é ética. 9. ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. Planejamento de comunicação integrada: manual de sobrevivência para a organizações do século XXI. São Paulo: Summus, 2009.

- VASCONCELOS, M. A. S. Economia, micro e macro. São Paulo: Atlas, 2011.
- VELHO, Gilberto. Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.
- VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de pessoas. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z: conceito, critérios e fórmulas dos 60 principais termos da mídia. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- VESTERGAARD, Torben. A linguagem da propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- VIDOTTI, Tércio José. Introdução à formação técnico-profissional: teoria geral, contrato de aprendizagem, estágio curricular. São Paulo: LTr, 2004.
- VILA NOVA, Sebastião. Introdução à Sociologia. São Paulo: Atlas, 2000.
- VILLAS-BOAS, André. O que é (e o que nunca foi) design gráfico. 6. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.
- VILLAS-BOAS, André. Produção gráfica para designers. Rio de Janeiro: AB, 2010.
- WEFFORT, Francisco (org.). Os clássicos da política. 10. Ed. São Paulo: Ática,
- WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis, 2011.
- WÖLFFLIN, Heinrich; AZENHA JÚNIOR, João. Conceitos fundamentais da história da arte: o problema da evolução dos estilos na arte mais recente. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- WONNACOTT, Paul; WONNACOTT, Ronald. Economia. São Paulo: Makron Books, 2004.
- WOODS, Richard E. Processamento de imagens digitais. São Paulo: Edgard, Blucher, 2010.
- ZANELLA, Luiz Carlos; OUTROS AUTORES OU ORGANIZADORES, etc. Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- ZETTL, Herbert. Manual de produção de televisão. 10. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

ACERVO DE PERIÓDICOS

ANAGRAMA: REVISTA CIENTÍFICA INTERDISCIPLINAR DE GRADUAÇÃO;

COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE;

COMUNICAÇÃO, MÍDIA E CONSUMO;

CONEXÃO: COMUNICAÇÃO E CULTURA;

DIGITALKS: MARKETING DIGITAL;

DISCURSOS FOTOGRÁFICOS;

E-COM: REVISTA CIENTÍFICA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BELO HORIZONTE (UNIBH);

LIVE: MARKETING;

MEIO & MENSAGEM. SÃO PAULO: M&M;

OPINIÃO E MÍDIA;

PANORAMA: REVISTA ACADÊMICA DOS CURSOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL PUC GOIÁS;

PROPMARK;

REVISTA BRASILEIRA DE INOVAÇÃO;

REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING;

REVISTA BRASILEIRA DE PESQUISA DE MARKETING,

REVISTA BRASILEIRA DE PESQUISA DE MARKETING, OPINIÃO E MÍDIA;

REVISTA DIGITALKS;

REVISTA MARKETING DIRETO;

REVISTA MARKETING;

REVISTA PORTUGUESA DE MARKETING.