

DESCRIÇÃO DOS LIVROS	Qtde de Cl	SITUAÇÃO
AAKER, David A. Marcas: brandequity: gerenciando o valor da marca. São Paulo: Elsevier, 1998.	2	comprado
AITCHISON, Jim. A propaganda impressa do século 21. São Paulo: Bossa Nova, 2007.	2	comprado
ALMEIDA, C. J. M. de. Uma nova ordem audiovisual: novas tecnologias de comunicação. São Paulo: Summus, 1988.	2	comprado
ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.	2	comprado
ANDRADE, Antonio Luis Lordelo. Usabilidade de interfaces web: avaliação heurística no jornalismo on-line. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.	2	comprado
ANDRADE, Marcos Serafim de. Adobe Photoshop Cs6. São Paulo: Editora Senac, 2013.	1	comprado
ARGENTI, Paul A. Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.	1	comprado
ARMES, Roy. On vídeo: o significado do vídeo nos meios de comunicação. São Paulo: Summus, 1999.	2	comprado
BANN, David. Novo manual de produção gráfica. Porto Alegre: Bookmann, 2012.	2	comprado
BARBEIRO, Heródoto. Falar para liderar: ninguém chega lá sem falar com eficiência. 6.ed. São Paulo: Sarai-va, 2011.	3	comprado
BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.	3	comprado
BARBOSA, Rui. A imprensa e o dever da verdade. São Paulo: EDUSP, 2004.	2	comprado
BARNWELL, Jane. Fundamentos da Produção Cinematográfica. Porto Alegre: Bookman, 2013.	3	comprado
BARTHES, Roland. A câmara clara: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984	2	comprado
BASILE, Sidnei. Elementos de jornalismo econômico. Rio de Janeiro: Campus, 2002.	1	comprado
BELTRÃO, Luiz. Teoria geral da comunicação. 3. ed. Brasília: Thesaurus, 1992.	1	comprado
BITELLI, Marcos Alberto Sant'anna (Org.). Coletânea de legislação de comunicação social. 7. ed. rev. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001/2004.	2	comprado
BLESSA, Regina. Merchandising no ponto de venda. São Paulo: Atlas, 2005	1	comprado
BRANCO, Sérgio; BRITTO, Walter. O que é creative commons?: novos modelos de direito autoral em um mundo mais criativo. Rio de Janeiro: FGV, 2013.	3	comprado
CALDAS, Suely. Jornalismo econômico. São Paulo: Contexto, 2003.	3	comprado
CAPOTE, Truman. A sangue frio: relato verdadeiro de um homicídio múltiplo e suas consequências. São Paulo: Companhia das Letras, 1980/2003.	1	comprado
CESAR, Newton. Os primeiros segredos da direção de arte. Brasília: Senac, 2008.	3	comprado
CIACO, João Batista Simon. A inovação em discursos publicitários: comunicação, semiótica e marketing. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.	2	comprado
COGO, Denise; MAIA, João (Org.). Comunicação para a cidadania. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2006.	2	comprado
COLLARO, Antônio Celso. Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte. São Paulo: Person Educacion, 2010.	2	comprado
COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.	1	comprado
CORREA, Roberto. O atendimento na agência de comunicação. São Paulo: Global, 2006.	3	comprado
COSTA, Maria Cristina Castilho (Org.). Gestão da comunicação: projetos de intervenção. São Paulo: Paulinas, 2009.	3	comprado
CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence. Comunicação de marketing. São Paulo: Cengage Learning, 2012.	3	comprado

DANTAS, Humberto; TOLEDO, José R. de; TEIXEIRA, Marco A. C. (Org.). Análise política & jornalismo de dados : ensaios a partir do Basômetro. Rio de Janeiro: FGV, 2014.	2	comprado
DAVIS, Harold. Criatividade em Preto e Branco : dicas e técnicas de fotografia digital. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.	2	comprado
DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual . São Paulo: Martins Fontes, 1991/2000.	1	comprado
DUBNER, Stephen J.; LEVITT, Steven. Freakonomics : o lado oculto e inesperado de tudo o que nos afeta. São Paulo: Elsevier, 2005.	2	comprado
ELIN, Larry; LAPIDES, Alan. O Comercial de Televisão : o planejamento e produção. São Paulo: Bossa Nova, 2006.	3	comprado
FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio no Rio Grande do Sul: (anos 20, 30 e 40) : dos pioneiros às emissoras comerciais. Canoas: Ed. da Ulbra, 2002.	2	comprado
FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio : teoria e prática. São Paulo: Summus, 2014.	3	comprado
FERRARI, Pollyana. Jornalismo digital . São Paulo: Summus, 2004.	2	comprado
FRASER, Tom; BANKS, Adam. O essencial da cor no design . São Paulo: Senac, 2011.	2	comprado
GABRIEL, Martha. Marketing na Era Digital : conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.	3	comprado
GAMBA JÚNIOR. Computação gráfica para designers : dialogando com as caixinhas de diálogo. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.	2	comprado
GEARY, James. O mundo em uma frase : uma breve história do aforismo. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.	2	comprado
GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto : sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras, 2000/2004.	2	comprado
GOMIDE, João Victor Boechat. Imagem digital aplicada : uma abordagem para estudantes profissionais. 1.ed. São Paulo: Elsevier, 2014.	3	comprado
GONÇALVES, Lilian S. Neuromarketing Aplicado a Redação Publicitária . São Paulo: Novatec, 2013.	3	comprado
GOVATTO, Ana Cláudia Marques. Propaganda responsável : é o que todo anunciante deve fazer. São Paulo: Ed. Senac, 2007.	3	comprado
GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. A imagem da palavra . Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.	2	comprado
GUERRA, Guto. Music Branding: Qual o som da sua marca? Rio de Janeiro. Editora Elsevier. 2013. 168p.	2	comprado
HACKING, Juliet; CAMPANY, David. Tudo sobre fotografia . Rio de Janeiro: Sextante, 2012.	3	comprado
HANDLEY, Ann; CHAPMAN, C. C. Regras de conteúdo : como criar excelentes blogs, podcasts, vídeos, e-books, webinários (e muito mais) que atraíam clientes e impulsionem seu negócio. Rio de Janeiro: Alta Books, 2013.	2	comprado
HOLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). Teorias da comunicação : conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2002.	1	comprado
HURLBURT, Allen. Layout : o design da página impressa. São Paulo: Mosaico, 1986/1999.	1	comprado
JENKINS, Henry. Cultura da convergência . 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.	3	comprado
JONES, John Philip (Org.). A publicidade na construção de grandes marcas . São Paulo: Nobel, 2005.	2	comprado
KARAM, Francisco José Castilhos. Jornalismo, ética e liberdade . São Paulo: Summus, 1997.	3	comprado
KISCHINHEVSKY, Marcelo. O rádio sem onda : convergência digital e novos desafios na radiofusão. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.	1	comprado
KLOSKOWSKI, Matt. Photoshop : montagens e fusões criativas. Balneário Camboriú: Photos, 2012.	2	comprado
KOSSOY, Boris. Fotografia & história . São Paulo: Ateliê Editorial, 2014.	2	comprado
LEAL FILHO, Laurindo Lalo. Atrás das câmeras : relações entre cultura, estado e televisão. São Paulo: Summus, 1988.	2	comprado
LIMA, Venício Artur de. Regulação das Comunicações : história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.	2	comprado
LIMA, Venício Artur de. Liberdade de expressão e liberdade de imprensa : direito à comunicação e democracia. 2.ed. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.	2	comprado

LINDSTROM, Martin. Brand Sense . Porto Alegre: Bookman, 2012.	3	comprado
LIPOVETSKY, Gilles. Os tempos hipermodernos . São Paulo: Barcarolla, 2004.	3	comprado
LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica . São Paulo: Cengage Learning, 2009.	3	comprado
MACHADO, Arlindo. Arte e mídia . Rio de Janeiro: Zahar, 2007.	1	comprado
MAFEL, Maristela; CECATO, Valdete. Comunicação corporativa: gestão, imagem e posicionamento . São Paulo: Contexto, 2011.	3	comprado
MARTINS, Nelson. A imagem digital na editoração: manipulação, conversão e fechamento e arquivos . Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2003. Nova versão com subtítulo ajustes, conversão e fechamento de arquivos para impressão	2	comprado
MATATHIA, Ira; O'REILLY, Ann; SALZMAN, Marian. BUZZ: a era do marketing viral . São Paulo: Cultrix, 2003.	1	comprado
MCSILL, James. Cinco lições de storytelling . São Paulo: DVS, 2013	2	comprado
MEDITSCH, Eduardo (Org.) Teorias do rádio: textos e contextos . Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.	2	comprado
MEDITSCH, Eduardo. O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo . Florianópolis: Insular, 2001.	2	comprado
MICELI, S. Introdução: a força do sentido. In: BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas . São Paulo: Perspectiva, 1974.	2	comprado
MLODINOW, Leonard. O andar do bêbado: como o acaso determina nossas vidas . Rio de Janeiro: Zahar, 2009.	2	comprado
MOLETTA, Alex. Criação de Curta Metragem em Vídeo Digital: uma proposta para produções de baixo custo . São Paulo: Summus, 2009.	2	comprado
MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática . São Paulo: Martins Fontes, 2001.	2	comprado
NOVAIS, Adauto (Org.). Rede imaginária: televisão e democracia . São Paulo: Cia das Letras, 1991.	2	comprado
OLIVEIRA, Édison de; BERND, Maria Elyse. Escreva certo . Porto Alegre: L&PM, 2010.	2	comprado
PATERNOSTRO, Vera Iris. O texto na TV: manual de telejornalismo . São Paulo: Campus, 1999.	3	comprado
PEASE, Allan; PEASE, Barbara. Desvendando os segredos da linguagem corporal . Rio de Janeiro: Sextante, 2005.	2	comprado
PINHEIRO, Duda; GULLO, José. Comunicação Integrada de Marketing: gestão dos elementos de comunicação . São Paulo: Atlas, 2005.	2	comprado
PINHO, J. B. Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line . 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.	3	comprado
PINSKY, Jayme (Org.). Práticas de cidadania . São Paulo: Contexto, 2004.	1	comprado
PIZA, Daniel. Jornalismo cultural . São Paulo: Contexto, 2004.	1	comprado
PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska. O Brasil (é)ditado . Coleção Jornalismo Audiovisual. V. 1. Florianópolis: Insular, 2012.	2	comprado
PRADO, Flávio. Ponto eletrônico: dicas para fazer telejornalismo com qualidade . São Paulo: Publisher do Brasil, 1997.	2	comprado
PRATA, Nair. Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação . Florianópolis: Insular, 2011.	2	comprado
REZENDE, G. J. Telejornalismo no Brasil, um perfil editorial . São Paulo: Summus, 2003.	3	comprado
RODRIGUES, Chris. O Cinema e a Produção . Rio de Janeiro: DP&A, 2007. Editora Lamparina	3	comprado
RODRIGUES, Sonia. Como escrever séries: roteiro a partir dos maiores sucessos da TV . São Paulo: Aleph, 2014.	2	comprado
SAAD, Beth. Estratégias 2.0 para a mídia digital: internet, informação e comunicação . São Paulo: SENAC, 2003.	3	comprado
SACKS, Oliver. Alucinações musicais: relatos sobre a música e o cérebro . São Paulo: Companhia das Letras, 2007.	2	comprado
SAFKO, Lon; BRAKE, David K. A bíblia da mídia Social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios . São Paulo: Blucher, 2010.	2	comprado

SALIM, César Simões et al. Construindo planos de negócios : todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. ver em sebo edição antiga, veio novo com subtítulo novo	2	comprado
SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z : como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 1997.	1	comprado
SCHMITT, Bernd H. Gestão da Experiência do Cliente : uma revolução no relacionamento com os consumidores. Porto Alegre: Bookman, 2004.	2	comprado
SCHULTZ, Don E.; BARNES, Beth E. Campanhas estratégicas de comunicação de marca . São Paulo: Qualitymark, 2006.	1	comprado
SISSORS, Jack Z.; BUMBA, Lincoln. Planejamento de mídia . São Paulo: Nobel, 2003.	1	comprado
SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor : comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre: Bookman, 2001.	2	comprado
SOUSA, Jorge Pedro de. Uma história Crítica do Fotojornalismo Ocidental . Chapecó: Grifos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.	2	comprado
STRUNCK, G. L. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso . Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.	3	comprado
TAMANAH, Paulo. Planejamento de mídia : teoria e experiência. São Paulo: Pearson, 2011.	3	comprado
TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação : integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2010.	2	comprado
TORRES, Cláudio. A bíblia do marketing digital : tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.	2	comprado
TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Vol.II. Florianópolis: Insular, 2005.	2	comprado
TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo : por que as notícias são como são. Vol.I. Florianópolis: Insular, 2005.	3	comprado
TUNGATE, Mark. História da Propaganda Mundial : Adland. São Paulo: Cultrix, 2009.	3	comprado
VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z . São Paulo: Edicon, 2005.	1	comprado
VIEIRA, Anderson. Adobe Indesign Cs5 - Guia Prático e Visual. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.	2	comprado
VILLAS-BOAS, André. Produção Gráfica para Designers . Rio de Janeiro: ZAB, 2010.	3	comprado
VOLLMER, Christopher; PRECOURT, Geoffrey. Sempre ligado! : propaganda, marketing e mídia em uma era controlada pelo consumidor. Porto Alegre: Bookman, 2010.	2	comprado
WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer : noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis, 1995/2006. link: http://www.estudiomultifoco.com.br/ftc/livros/design_para_quem_nao_e_designer.pdf	3	comprado