

**COMPRAS - PPC'S CURSOS DE JORNALISMO E COMUNICAÇÃO SOCIAL: PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

DESCRÍÇÃO DOS LIVROS	Qtdade CI	SITUAÇÃO
AAKER, David A. <b>Marcas</b> : brandequity: gerenciando o valor da marca. São Paulo: Elsevier, 1998.	2	comprado
AITCHISON, Jim. <b>A propaganda impressa do século 21</b> . São Paulo: Bossa Nova, 2007.	2	comprado
ALMEIDA, C. J. M. de. <b>Uma nova ordem audiovisual</b> : novas tecnologias de comunicação. São Paulo: Summus, 1988.	2	comprado
ANDERSON, Chris. <b>A cauda longa</b> : do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.	2	comprado
ANDRADE, Antonio Luis Lordelo. <b>Usabilidade de interfaces web</b> : avaliação heurística no jornalismo on-line. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.	2	comprado
ANDRADE, Marcos Serafim de. <b>Adobe Photoshop Cs6</b> . São Paulo: Editora Senac, 2013.	1	comprado
ARGENTI, Paul A. <b>Comunicação Empresarial</b> : a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.	1	comprado
ARMES, Roy. <b>On vídeo</b> : o significado do vídeo nos meios de comunicação. São Paulo: Summus, 1999.	2	comprado
BANN, David. <b>Novo manual de produção gráfica</b> . Porto Alegre: Bookmann, 2012.	2	comprado
BARBEIRO, Heródoto. <b>Falar para liderar</b> : ninguém chega lá sem falar com eficiência. 6.ed. São Paulo: Sarai-va, 2011.	3	comprado
BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. <b>Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias</b> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.	3	comprado

BARBOSA, Rui. <b>A imprensa e o dever da verdade.</b> São Paulo: EDUSP, 2004.	2	comprado
BARNWELL, Jane. <b>Fundamentos da Produção Cinematográfica.</b> Porto Alegre: Bookman, 2013.	3	comprado
BARTHES, Roland. <b>A câmara clara:</b> nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984	2	comprado
BASILE, Sidnei. <b>Elementos de jornalismo econômico.</b> Rio de Janeiro: Campus, 2002.	1	comprado
BELTRÃO, Luiz. <b>Teoria geral da comunicação.</b> 3. ed. Brasília: Thesaurus, 1992.	1	comprado
BITELLI, Marcos Alberto Sant'anna (Org.). <b>Coletânea de legislação de comunicação social.</b> 7. ed. rev. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001/2004.	2	comprado
BLESSA, Regina. <b>Merchandising no ponto de venda.</b> São Paulo: Atlas, 2005	1	comprado
BRANCO, Sérgio; BRITTO, Walter. <b>O que é creative commons?:</b> novos modelos de direito autoral em um mundo mais criativo. Rio de Janeiro: FGV, 2013.	3	comprado
CALDAS, Suely. <b>Jornalismo econômico.</b> São Paulo: Contexto, 2003.	3	comprado
CAPOTE, Truman. <b>A sangue frio:</b> relato verdadeiro de um homicídio múltiplo e suas consequências. São Paulo: Companhia das Letras, 1980/2003.	1	comprado
CESAR, Newton. <b>Os primeiros segredos da direção de arte.</b> Brasília: Senac, 2008.	3	comprado
CIACO, João Batista Simon. <b>A inovação em discursos publicitários:</b> comunicação, semiótica e marketing. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.	2	comprado
COGO, Denise; MAIA, João (Org.). <b>Comunicação para a cidadania.</b> Rio de Janeiro: EDUERJ, 2006.	2	comprado

COLLARO, Antônio Celso. <b>Produção gráfica</b> : arte e técnica na direção de arte. São Paulo: Person Educacion, 2010.	2	comprado
COMPARATO, Doc. <b>Da criação ao roteiro</b> . Rio de Janeiro: Rocco, 2000.	1	comprado
CORREA, Roberto. <b>O atendimento na agência de comunicação</b> . São Paulo: Global, 2006.	3	comprado
COSTA, Maria Cristina Castilho (Org.). <b>Gestão da comunicação</b> : projetos de intervenção. São Paulo: Paulinas, 2009.	3	comprado
CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence. <b>Comunicação de marketing</b> . São Paulo: Cengage Learning, 2012.	3	comprado
DANTAS, Humberto; TOLEDO, José R. de; TEIXEIRA, Marco A. C. (Org.). <b>Análise política &amp; jornalismo de dados</b> : ensaios a partir do Basômetro. Rio de Janeiro: FGV, 2014.	2	comprado
DAVIS, Harold. <b>Criatividade em Preto e Branco</b> : dicas e técnicas de fotografia digital. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.	2	comprado
DONDIS, Donis A. <b>Sintaxe da linguagem visual</b> . São Paulo: Martins Fontes, 1991/2000.	1	comprado
DUBNER, Stephen J.; LEVITT, Steven. <b>Freakonomics</b> : o lado oculto e inesperado de tudo o que nos afeta. São Paulo: Elsevier, 2005.	2	comprado
ELIN, Larry; LAPIDES, Alan. <b>O Comercial de Televisão</b> : o planejamento e produção. São Paulo: Bossa Nova, 2006.	3	comprado
FERRARETTO, Luiz Artur. <b>Rádio no Rio Grande do Sul: (anos 20, 30 e 40)</b> : dos pioneiros às emissoras comer-ciais. Canoas: Ed. da Ulbra, 2002.	2	comprado
FERRARETTO, Luiz Artur. <b>Rádio</b> : teoria e prática. São Paulo: Summus, 2014.	3	comprado
FERRARI, Pollyana. <b>Jornalismo digital</b> . São Paulo: Summus, 2004.	2	comprado

FRASER, Tom; BANKS, Adam. <b>O essencial da cor no design.</b> São Paulo: Senac, 2011.	2	comprado
GABRIEL, Martha. <b>Marketing na Era Digital:</b> conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.	3	comprado
GAMBA JÚNIOR. <b>Computação gráfica para designers:</b> dialogando com as caixinhas de diálogo. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.	2	comprado
GEARY, James. <b>O mundo em uma frase:</b> uma breve história do aforismo. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.	2	comprado
GOMES FILHO, João. <b>Gestalt do objeto:</b> sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras, 2000/2004.	2	comprado
GOMIDE, João Victor Boechat. <b>Imagem digital aplicada:</b> uma abordagem para estudantes profissionais. 1.ed. São Paulo: Elsevier, 2014.	3	comprado
GONÇALVES, Lilian S. <b>Neuromarketing Aplicado a Redação Publicitária.</b> São Paulo: Novatec, 2013.	3	comprado
GOVATTO, Ana Cláudia Marques. <b>Propaganda responsável:</b> é o que todo anunciante deve fazer. São Paulo: Ed. Senac, 2007.	3	comprado
GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. <b>A imagem da palavra.</b> Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.	2	comprado
GUERRA, Guto. <b>Music Branding: Qual o som da sua marca?</b> Rio de Janeiro. Editora Elsevier. 2013. 168p.	2	comprado
HACKING, Juliet; CAMPANY, David. <b>Tudo sobre fotografia.</b> Rio de Janeiro: Sextante, 2012.	3	comprado
HANDLEY, Ann; CHAPMAN, C. C. <b>Regras de conteúdo:</b> como criar excelentes blogs, podcasts, vídeos, e-books, webinários (e muito mais) que atraiam clientes e impulsionem seu negócio. Rio de Janeiro: Alta Books, 2013.	2	comprado
HOLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). <b>Teorias da comunicação:</b> conceitos, escolas e tendências. Petropólis: Vozes, 2002.	1	comprado

HURLBURT, Allen. <b>Layout</b> : o design da página impressa. São Paulo: Mosaico, 1986/1999.	1	comprado
JENKINS, Henry. <b>Cultura da convergência</b> . 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.	3	comprado
JONES, John Philip (Org.). <b>A publicidade na construção de grandes marcas</b> . São Paulo: Nobel, 2005.	2	comprado
KARAM, Francisco José Castilhos. <b>Jornalismo, ética e liberdade</b> . São Paulo: Summus, 1997.	3	comprado
KISCHINHEVSKY, Marcelo. <b>O rádio sem onda</b> : convergência digital e novos desafios na radiofusão. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.	1	comprado
KLOSKOWSKI , Matt. <b>Photoshop</b> : montagens e fusões criativas. Balneário Camboriú: Photos, 2012.	2	comprado
KOSSOY, Boris. <b>Fotografia &amp; história</b> . São Paulo: Ateliê Editorial, 2014.	2	comprado
LEAL FILHO, Laurindo Lalo. <b>Atrás das câmeras</b> : relações entre cultura, estado e televisão. São Paulo: Summus, 1988.	2	comprado
LIMA, Venício Artur de. <b>Regulação das Comunicações</b> : história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.	2	comprado
LIMA, Venício Artur de. <b>Liberdade de expressão e liberdade de imprensa</b> : direito à comunicação e democracia. 2.ed. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.	2	comprado
LINDSTROM, Martin. <b>Brand Sense</b> . Porto Alegre: Bookman, 2012.	3	comprado
LIPOVETSKY, Gilles. <b>Os tempos hipermodernos</b> . São Paulo: Barcarolla, 2004.	3	comprado
LUPETTI, Marcélia. <b>Gestão estratégica da comunicação mercadológica</b> . São Paulo: Cengage Learning, 2009.	3	comprado

MACHADO, Arlindo. <b>Arte e mídia</b> . Rio de Janeiro: Zahar, 2007.	1	comprado
MAFEI, Maristela; CECATO, Valdete. <b>Comunicação corporativa</b> : gestão, imagem e posicionamento. São Paulo: Contexto, 2011.	3	comprado
MARTINS, Nelson. <b>A imagem digital na editoração</b> : manipulação, conversão e fechamento e arquivos. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2003. <b>Nova versão com subtítulo ajustes, conversão e fechamento de arquivos para impressão</b>	2	comprado
MATATHIA, Ira; O'REILLY, Ann; SALZMAN, Marian. <b>BUZZ</b> : a era do marketing viral. São Paulo: Cultrix, 2003.	1	comprado
MCSILL, James. <b>Cinco lições de storytelling</b> . São Paulo: DVS, 2013	2	comprado
MEDITSCH, Eduardo (Org.) <b>Teorias do rádio</b> : textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.	2	comprado
MEDITSCH, Eduardo. <b>O rádio na era da informação</b> : teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular, 2001.	2	comprado
MICELI, S. Introdução: a força do sentido. In: BOURDIEU, Pierre. <b>A economia das trocas simbólicas</b> . São Paulo: Perspectiva, 1974.	2	comprado
MLODINOW, Leonard. <b>O andar do bêbado</b> : como o acaso determina nossas vidas. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.	2	comprado
MOLETTA, Alex. <b>Criação de Curta Metragem em Vídeo Digital</b> : uma proposta para produções de baixo custo. São Paulo: Summus, 2009.	2	comprado
MUNARI, Bruno. <b>Design e comunicação visual</b> : contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 2001.	2	comprado
NOVAIS, Adauto (Org.). <b>Rede imaginária</b> : televisão e democracia. São Paulo: Cia das Letras, 1991.	2	comprado
OLIVEIRA, Édison de; BERND, Maria Elyse. <b>Escreva certo</b> . Porto Alegre: L&PM, 2010.	2	comprado

PATERNOSTRO, Vera Iris. <b>O texto na TV: manual de telejornalismo.</b> São Paulo: Campus, 1999.	3	comprado
PEASE, Allan; PEASE, Barbara. <b>Desvendando os segredos da linguagem corporal.</b> Rio de Janeiro: Sextante, 2005.	2	comprado
PINHEIRO, Duda; GULLO, José. <b>Comunicação Integrada de Marketing: gestão dos elementos de comunicação.</b> São Paulo: Atlas, 2005.	2	comprado
PINHO, J. B. <b>Jornalismo na internet:</b> planejamento e produção da informação <i>on-line</i> . 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.	3	comprado
PINSKY, Jayme (Org.). <b>Práticas de cidadania.</b> São Paulo: Contexto, 2004.	1	comprado
PIZA, Daniel. <b>Jornalismo cultural.</b> São Paulo: Contexto, 2004.	1	comprado
PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska. <b>O Brasil (é)ditado.</b> Coleção Jornalismo Audiovisual. V. 1. Florianópolis: Insular, 2012.	2	comprado
PRADO, Flávio. <b>Ponto eletrônico:</b> dicas para fazer telejornalismo com qualidade. São Paulo: Publisher do Brasil, 1997.	2	comprado
PRATA, Nair. <b>Webrádio:</b> novos gêneros, novas formas de interação. Florianópolis: Insular, 2011.	2	comprado
REZENDE, G. J. <b>Telejornalismo no Brasil, um perfil editorial.</b> São Paulo: Summus, 2003.	3	comprado
RODRIGUES, Chris. <b>O Cinema e a Produção.</b> Rio de Janeiro: DP&A, 2007. Editora Lamparina	3	comprado
RODRIGUES, Sonia. <b>Como escrever séries:</b> roteiro a partir dos maiores sucessos da TV. São Paulo: Aleph, 2014.	2	comprado
SAAD, Beth. <b>Estratégias 2.0 para a mídia digital:</b> internet, informação e comunicação. São Paulo: SENAC, 2003.	3	comprado

SACKS, Oliver. <b>Alucinações musicais:</b> relatos sobre a música e o cérebro. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.	2	comprado
SAFKO, Lon; BRAKE, David K. <b>A bíblia da mídia Social:</b> táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios. São Paulo: Blucher, 2010.	2	comprado
SALIM, César Simões et al. <b>Construindo planos de negócios:</b> 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. <b>Propaganda de A a Z:</b> como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 1997.	1	comprado
SCHMITT, Bernd H. <b>Gestão da Experiência do Cliente:</b> uma revolução no relacionamento com os consumidores. Porto Alegre: Bookman, 2004.	2	comprado
SCHULTZ, Don E.; BARNES, Beth E. <b>Campanhas estratégicas de comunicação de marca.</b> São Paulo: Qualitymark, 2006.	1	comprado
SISSORS, Jack Z.; BUMBA, Lincoln. <b>Planejamento de mídia.</b> São Paulo: Nobel, 2003.	1	comprado
SOLOMON, Michael R. <b>O comportamento do consumidor:</b> comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre: Bookman, 2001.	2	comprado
SOUSA, Jorge Pedro de. <b>Uma história Crítica do Fotojornalismo Ocidental.</b> Chapecó: Grifos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.	2	comprado
STRUNCK, G. L. <b>Como criar identidades visuais para marcas de sucesso.</b> Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.	3	comprado
TAMANAHA, Paulo. <b>Planejamento de mídia:</b> teoria e experiência. São Paulo: Pearson, 2011.	3	comprado
TAVARES, Maurício. <b>Comunicação empresarial e planos de comunicação:</b> integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2010.	2	comprado
TORRES, Cláudio. <b>A bíblia do marketing digital:</b> 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. <b>Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística</b> – uma comunidade interpretativa transnacional. Vol.II. Florianópolis: Insular, 2005.	2	comprado
TRAQUINA, Nelson. <b>Teorias do Jornalismo</b> : por que as notícias são como são. Vol.I. Florianópolis: Insular, 2005.	3	comprado
TUNGATE, Mark. <b>História da Propaganda Mundial</b> : Adland. São Paulo: Cultrix, 2009.	3	comprado
VERONEZZI, José Carlos. <b>Mídia de A a Z</b> . São Paulo: Edicon, 2005.	1	comprado
VIEIRA, Anderson. <b>Adobe InDesign Cs5</b> - Guia Prático e Visual. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.	2	comprado
VILLAS-BOAS, André. <b>Produção Gráfica para Designers</b> . Rio de Janeiro: 2AB, 2010.	3	comprado
VOLLMER, Christopher; PRECOURT, Geoffrey. <b>Sempre ligado!</b> : propaganda, marketing e mídia em uma era controlada pelo consumidor. Porto Alegre: Bookman, 2010.	2	comprado
WILLIAMS, Robin. <b>Design para quem não é designer</b> : noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis, 1995/2006. link: <a href="http://www.estudiomultifoco.com.br/ftc/livros/design_para_quem_nao_e_designer.pdf">http://www.estudiomultifoco.com.br/ftc/livros/design_para_quem_nao_e_designer.pdf</a>	3	comprado