

Livros de PP disponíveis nas bibliotecas da Uniara (unidade 8 e principal)

15 lecciones de publicidad general basica.

30 dias para arrasar nas mídias sociais.

A ciência da propaganda.

A ciência na televisão: mito, ritual e espetáculo.

A comunicação da pequena empresa.

A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia.

A cor na comunicação.

A criação de mitos na publicidade: como os publicitários usam o poder de mito e do simbolismo.

A dimensão sonora da linguagem audiovisual.

A força da comunicação: quem não se comunica.

A gerencia da criatividade.

A globalização da comunicação.

A informação no radio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.

A linguagem da propaganda.

A linguagem da propaganda.

A linguagem no pensamento e na ação.

A maquina de narciso: televisão, individuo e poder no Brasil.

A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.

A mídia exterior na cidade de São Paulo.

A mídia nas constituições do Brasil: respeito e desrespeito.

A mídia nas constituições do Brasil: respeito e desrespeito.

A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação.

A nova televisão: de massificação e o impasse das grandes redes.

A propaganda de medicamentos e o mito da saúde.

A propaganda politica.

A psicologia da comunicação. como influenciar pessoas, novas técnicas de persuasão.

A publicidade e um cadáver que nos sorri.

A publicidade no direito do consumidor.

A publicidade Rio de Janeiro.

A sociologia da publicidade.

A telenovela brasileira: historia, analise e conteúdo.

A televisão levada a serio.

A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negocio.

A tirania da comunicação.

ABC das mídias sociais: como aproveitar as mídias sociais para tornar os negócios maiores

Além dos meios e mensagens: introdução a comunicação como processo, tecnologia, sistema.

Analise transaccional da propaganda.

Ansiedade de informação: como transformas informação em compreensão.

Apocalípticos e integrados.

Atrás das câmeras: relações entre cultura, Estado e televisão.

Babel: a mídia antes do diluvio e nos últimos tempos.

Bastidores do radio: fragmentos do radio de ontem e de hoje.

Blogs: revolucionando os meios de comunicação.

Campanas de publicidad.

Campanhas inesquecíveis: propaganda que fez historia no Brasil.

Circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT.

Coletânea de legislação de comunicação social.

Como fazer sua propaganda funcionar.

Como ordenar as ideias.

Comunicação de massa sem massa.

Comunicação dirigida escrita na empresa: teoria e pratica.

Comunicação dos trabalhadores e hegemonia.

Comunicação e cultura brasileira.

Comunicação e cultura midiática.

Comunicação e indústria cultural.

Comunicação e marketing: fazendo a

Comunicação e mídia impressa: estudo sobre a aids.

Comunicação e modernidade: o ensino e a pesquisa nas escolas de comunicação.

Comunicação e planejamento.

Comunicação e transição democrática.

Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica.

Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação.

Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento.

Comunicação empresarial.

Comunicação global: a magia da influência – neurolinguística aplicada a comun.

Comunicação humana.

Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas.

Comunicação Integrada de Marketing: gestão dos elementos de comunicação.

Comunicação mercadológica em tempo de incertezas.

Comunicação notícias de Cabral a informática.

Comunicação organizacional: pesquisas e resultados.

Comunicação publicitária.

Comunicação social e dirigida: o audiovisual na comunicação.

Comunicação, cultura, mediações: o percurso intelectual de Jesus Martín-Barbero.

Comunicação, marketing, cultura: sentidos da administração, do trabalho e do consumo.

Comunicação, mídia e tecnologia.

Comunicação, opinião, desenvolvimento.

Comunicação: as funções da propaganda.

Comunicação: dos fundamentos a internet.

Comunicação: visibilidade e captação de recursos para projetos sociais.

Comunicação-mundo: histórias das ideias e das estratégias.

Concentração da mídia: debates no conselho de comunicação social.

Consumidor versus propaganda.

Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais da globalização.

Contato imediato com criação de propaganda.

Contato imediato com mídia.

Contato imediato com pesquisa de propaganda.

Contato imediato com planejamento de propaganda.

Contato imediato com propaganda.

Criatividade e processos de criação.

Criatividade em propaganda.

Criatividade hoje: como se pratica, aprende e ensina.

Criatividade no trabalho e na vida.

Criatividade: a formulação de alternativas em marketing.

Criatividade: abrindo o lado inovador da mente.

Crítica da comunicação.

Cultura da convergência.

Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias a cibercultura.

Desenho de propaganda.

Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa.

Dialética do espectador: seis ensaios do mais laureado cineasta cubano.

Dicionário da televisão brasileira.

Dicionário profissional de relações públicas e comunicação.

diferença no dia a dia de organizações sociedade.

Direção de Arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2000 .(5)

Discurso e mídia: a cultura do espetáculo.

Do outro lado do muro: propaganda para quem paga a conta.

Do reclame a comunicação.

Elementos para uma teoria dos meios de comunicação.

Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão.

Em defesa da propaganda: argumentos a partir da razão.

Ensaio de publicidade e propaganda, 4 e 5.

Estrutura da informação radiofônica.

Estudos de mídia paulista.

Ética e poder na sociedade da informação.

Ética na comunicação: princípios para uma prática responsável.

Faca você mesmo propaganda e promoção: como produzir anúncios, mala direta, web sites, etc.

Gênese do pensamento comunicacional latino americano: o protagonismo das instituições pioneiras.

Gênese do pensamento comunicacional Latino-Americano: o protagonismo das instituições pioneiras CIESPAL, ICINFORM, São Bernardo do Campo.

Grande ideia. como desenvolver e aplicar sua criatividade.

Historia da propaganda no Brasil.

Historia das teorias da comunicação.

Historia do radio no Brasil.

Ideias em ação: como superar os obstáculos para ser criativo e bem-sucedido.

Ideologia e poder no ensino de comunicação.

Imagem publica: gloria para uns, ruina para outros.

Imagens e sons: a nova cultura oral.

Informação e globalização na era do conhecimento.

Informação eletrônica e novas tecnologias.

Introdução a analise da imagem.

Introdução a comunicação empresarial.

Introdução a teoria da comunicação: as escolas, os autores, os principais conceitos.

Introdução as ciências da comunicação.

Jornal de um homem de marketing.

Layout: o design da pagina impressa.

Legislação e comunicação: direito de comunicação.

Liderança e comunicação: da arte e da técnica.

Linguagens liquidas na era da mobilidade.

Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade.

Mala direta - a propaganda sob medida: passo a passo.

Manual da qualidade em projetos de comunicação.

Manual de produção de televisão.

Manual do telespectador insatisfeito.

Marcas: uma historia de amor mercadológica.

Marketing digital: novas tecnologias e novos modelos de negócios.

Marketing politico e governamental: um roteiro para campanhas politicas e estratégias de comuns.

Marketing politico: manual de campanha eleitoral.

Matrizes da linguagem e pensamento: sonora visual verbal - aplicações na hipermídia.

McLuhan: a filosofia da insensatez.

Meios de comunicação de massa: jornal, televisão, rádio.

Mídia e produção áudio visual: uma introdução.

Mídia e Psicologia: produção de subjetividade e coletividade.

Mídia, Fatos, TV por assinatura

Mídia, imagem e cultura.

Mídia: o segundo Deus.

Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão digital.

Mídias digitais: produção de conteúdos para a web.

Mobilize.

Monitoramento e métricas de mídias sociais: do estagiário ao CEO.

Muito além do jardim botânico: um estudo sobre a audiência do jornal nacional da globo.

Multidões em cena. Propaganda política no vaguíssimo e no peronismo.

N. C. Publicidade e propaganda: da agência a campanha.

Novas interfaces em comunicação e audiovisual: mudanças no pensamento cotidiano.

Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos, audiências.

O cartaz.

O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias.

O controle da informação no Brasil.

O direito de comunicar: expressão, informação e liberdade.

O futuro da megamídia.

O impacto da propaganda: um estudo para algumas classes de bens.

O labirinto da hipermídia.

O mago da publicidade.

O mito no rádio: a voz e os signos de renovação periódica.

O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação.

O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital.

O paraíso via Embratel: o processo de integração de uma cidade do interior.

O planeta mídia: tendências da comunicação na era global.

O poder da TV.

O populismo radiofônico em Ribeirão Preto.

O processo da comunicação: introdução a teoria e a prática.

O programa de televisão: sua direção e produção.

O que é comunicação empresarial.

O que é comunicação?

O que é criação publicitária ou estético na publicidade.

O que é marketing político.

O que é propaganda ideológica.

O que é rádio em ondas curtas.

O rádio sem onda: convergência digital e novos desafios na radiodifusão.

O signo.

O sistema dos objetos.

Obra aberta.

Obtendo resultados com relações públicas.

Olhar feminino: a publicidade que as mulheres querem ver.

On câmera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC.

On vídeo: o significado do vídeo nos meios de comunicação.

Os desafios da comunicação social no Brasil.

Os efeitos obrigacionais da publicidade: no código de defesa do consumidor.

Os fundamentos de relações públicas e da comunicação.

Os meios de comunicação como extensão do homem.

Os primeiros segredos da direção de arte.

Pensamento comunicacional brasileiro: o grupo de São Bernardo. São Bernardo do Campo.

Pesquisa em comunicação.

Pesquisas e relações públicas.

Planejamento de comunicação.

Planejamento de Marketing e de mídia.

Planejamento de propaganda.

Planejamento e atendimento: a arte do guerreiro.

Planejamento e atendimento: a arte do guerreiro.

Posicionamento: a batalha pela sua mente.

Práticas, identidade e memória: 30 anos de relações Públicas na UFSM.

Premio Imprensa Embratel 2010.

Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica.

Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação.

Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas.

Propaganda de guerrilha.

Propaganda e economia para todos.

Propaganda e isso aí!

Propaganda ilimitada.

Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa.

Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas.

Propaganda subliminar multimídia.

Propaganda.

Propaganda: profissionais ensinam como se faz.

Propaganda: técnica da comunicação industrial e comercial.

Propaganda: teoria - técnica - prática.

Propaganda: uma força a serviço da empresa.

Psicodinâmica das cores em publicidade.

Psicologia da publicidade e da propaganda.

Psicologia do consumidor e da propaganda.

Publicidad moderna: principios y practicas.

Publicidad: su papel en la mercadotecnia moderna.

Publicidade a linguagem da sedução.

Publicidade abusiva: incitação a violência.

Publicidade e direito do consumidor.

Publicidade e direito.

Publicidade e promoção de vendas.

Publicidade e propaganda.

Publicidade e vendas na internet.

Publicidade na tv digital: um mercado em transformação.

Publicidade: análise da produção publicitaria e da formação profissional.

Publicidade: arte ou artifício?

Publicidade: uma introdução.

Quando a propaganda funciona: novas provas de que a publicidade estimula as vendas.

Quem conta um conto aumenta um ponto: design do audiovisual interativo.

Quem tem medo de ser noticia: da informação a noticia-a mídia formando.

Raciocínio criativo na publicidade: uma proposta.

Radio no Brasil: tendências e perspectivas.

Radio: produção, programação e performance.

Redação publicitaria: sedução pela palavras.

Redação Publicitaria: teoria e pratica.

Rede imaginaria: televisão e democracia.

Relação atualizada de livros de PP disponível na biblioteca

Relações publicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação social.

Relações publicas nas empresas modernas.

Relações publicas, propaganda & opinião publica.

Relações publicas.

Relevância: comunicação e cognição.

Revolução na comunicação.

Sadismo, sedução e silencio: propaganda e controle no Brasil (1964- 1980).

Senso critico: do dia a dia as ciências humanas.

Ser criativo: o poder da improvisação na vida e na arte.

Shazam!

Show do Radio: pessoas e fatos ligados ao radio de Minas Gerais.

Sinais abertos em tempo de crise.

Sintaxe da linguagem visual.

sist. de definição de obj. pub. para medir efic. da propag.

Sobre a televisão: seguido de influencia do jornalismo e os jogos olímpicos.

Subjetividade, argumentação, polifonia: a propaganda da Petrobras.

Subsídios para uma teoria da comunicação de massa.

Técnica e pratica da propaganda

Técnicas de comunicação escrita.

Técnicas de comunicação pelo radio: a pratica radiofônica.

Telenovela: historia e produção.

Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta.

Televisão e psicanalise.

Televisão na América Latina: 7 estudos São Bernardo do Campo.

Televisão publica: do consumidor ao cidadão.

Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas.

Televisão, publicidade e infância.

Televisão.

Televisão.

Televisão: a vida pelo vídeo.

Television y educacion.

Teoria da comunicação de massas.

Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanas.

Teoria da informação e percepção estética.

Teoria da informação.

Teoria, técnica e pratica da propaganda.

Teorias da comunicação de massa.

Teorias da comunicação de massa.

Teorias da comunicação.

Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências.

Tratado de comunicação Organizacional e politica.

Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar.

TV por assinatura: 20 anos de evolução.

TV regional: trajetória e perspectivas Campinas

Um "toc" na cuca. técnicas para quem quer ter mais criatividade na vida.

Um chute na rotina.

Uma nova ordem audiovisual.

Vade mecum da comunicação social.

Vade-mecum da comunicação.