



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

**RELATÓRIO DE ADEQUAÇÃO BIBLIOGRÁFICA
DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

JOÃO PESSOA, ABRIL DE 2023

Universidade Federal da Paraíba - UFPB

Reitor

Valdiney Veloso Gouveia

Vice-Reitora

Liana Filgueira Albuquerque

Pró-Reitora de Graduação

Silvana Carneiro Maciel

Diretor de Unidade

Ulisses Carvalho da Silva

Coordenação do Curso de Relações Públicas

Caroline Delevati Colpo

Membros do NDE

Caroline Delevati Colpo (Presidente)

André Luiz Dias de França

Fellipe Sá Brasileiro

Jamille Miriã Fernandes Paiva

Maria Livia Pachêco de Oliveira

Patrícia Moraes de Azevedo

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	p.4
2. CONTEXTUALIZAÇÃO	p.4
3. APRESENTAÇÃO DOS DADOS	p.6
3.1 Bibliografia básica e complementar	p.7
3.2 Últimas aquisições do acervo	p.34
3.3 Últimas solicitações de aquisição de acervo	p.37
4. PARECER	p.38

1. APRESENTAÇÃO

O presente relatório foi elaborado com base nas reuniões realizadas pelo Núcleo Docente Estruturante do curso de Relações Públicas, da Universidade Federal da Paraíba, tendo em vista avaliar o acervo bibliográfico disponível. Assim, reflete a relevância em disponibilizar uma bibliografia básica e complementar em consonância com os objetivos do Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

Nesse sentido, reconhecemos a importância de garantir um quantitativo de títulos por unidade curricular que atenda, em termos de diversidade e número de exemplares, aos critérios estabelecidos pelo INEP em 2019. Em linhas gerais, foi observada a conexão entre as bibliografias e os ementários das disciplinas ofertadas. O acervo bibliográfico compreende principalmente livros publicados próximos ao período de aprovação do PPC atual, em vigor desde 2016, que podem ser acessados por meio de consultas, reservas e renovações através da internet. Vale destacar que, além de procurar disponibilizar um número de títulos e de exemplares que atenda aos conteúdos curriculares com foco no perfil profissional do egresso, foi elaborada uma nova lista de títulos em função da reformulação do PPC com o objetivo de atender as ementas das disciplinas, levando em conta a introdução das atividades de extensão.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

Considerando que atual o PPC de Relações Públicas contempla adequadamente as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN), para esta discussão destacamos especificamente o art. 6º da Resolução nº2, de 27 de setembro de 2013, que trata dos conteúdos curriculares do curso em torno de quatro grade eixos: O - eixo de formação geral; II - eixo de Comunicação; III - eixo de Relações Públicas; e IV- eixo de formação complementar.

A adequação aos eixos curriculares exige que os ementários elaborados possuam fontes de referência de relevância, portanto, a adequação bibliográfica é uma parte fundamental no cumprimento das DCNs. O NDE do curso de Relações Públicas, em virtude da curricularização da extensão, enquanto estratégia do Plano Nacional de Educação, ampliou as discussões sobre a adequação bibliográfica, como constam os registros das atas das reuniões realizadas. As discussões trataram do nível de atualização das

referências bem como as possibilidades de acesso ao acervo, principalmente durante o período pandêmico e da necessidade de distanciamento social.

Com a situação atípica de ter as instalações físicas da universidade fechadas por bastante tempo, as preocupações que geralmente estavam centradas sobre volume e disponibilidade de acervo passaram a se voltar para a possibilidade de acesso virtual do mesmo. Assim, o NDE do curso de Relações Públicas tem incorporado às discussões a importância do crescimento do acervo virtual, ao mesmo tempo que considera indispensável a adequação dos volumes físicos nas bibliotecas, visto que estes ainda apresentam lacunas em relação ao quantitativo disponível. A seguir, apresenta-se o levantamento detalhado do acervo disponível para o curso de Relações Públicas da UFPB.

3. APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Nesta seção apresentam-se os dados coletados por meio do Sistema Acadêmico da UFPB (SIGAA). Tais dados foram obtidos a partir do levantamento entregue pela biblioteca setorial do CCTA e por consultas realizadas pelo NDE.

3.1 Bibliografia básica e complementar apresentada no PPC do curso e sua relação com o acervo disponibilizado na(s) biblioteca(s) por local e quantitativo de exemplares de cada título constante na bibliografia do PPC

Os dados abaixo estão organizados por períodos, de acordo com o PPC. As disciplinas nomeadas como período “zero” são optativas, podendo ser ofertadas em variados períodos.

Tabela 1: Listagem das referências bibliográficas básicas e complementares por período e quantidade no acervo

RELATÓRIO DE ADEQUAÇÃO DA BIBLIOGRAFIA DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS					
PERÍODO	COMPONENTE	TIPO	BIBLIOGRAFIA	FÍSICO	VIRTUAL
1	Metodologia do trabalho científico	BÁSICA	JACOBINI, M. L. P. Metodologia do trabalho acadêmico. 4.ed. Campinas, Alínea, 2011.	5	0
1	Metodologia do trabalho científico	BÁSICA	LAKATOS, E.M. Metodologia do trabalho científico. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.	14	0
1	Metodologia do trabalho científico	BÁSICA	SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2004.	225	1
1	Metodologia do trabalho científico	COMPLEMENTAR	ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 10520: informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.	0	1
1	Metodologia do trabalho científico	COMPLEMENTAR	ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 15287: informação e documentação. Projeto de pesquisa: apresentação. Rio de Janeiro, 2011.	0	1
1	Metodologia do trabalho científico	COMPLEMENTAR	ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2011.	0	1

1	Metodologia do trabalho científico	COMPLEMENTAR	ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002.	0	1
1	Metodologia do trabalho científico	COMPLEMENTAR	ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6028: resumos. Rio de Janeiro, 2003.	0	1
1	Metodologia do trabalho científico	COMPLEMENTAR	GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1994	139	0
1	Metodologia do trabalho científico	COMPLEMENTAR	SALOMON, Dêlcio Vieira. Como fazer uma monografia. São Paulo: Martins Fontes, 1999.	56	0
1	Redação e expressão Oral I	BÁSICA	FIORIN, José Luiz. Linguagem e ideologia. São Paulo:Ática, 2005.	12	0
1	Redação e expressão Oral I	BÁSICA	KOCK, Ingedore G. V. Argumentação e linguagem. São Paulo:Cortez, 2004.	60	0
1	Redação e expressão Oral I	COMPLEMENTAR	CALIGRAMA. Revista de Estudos e Pesquisas em Linguagem e Mídia. São Paulo:ECA/USP. Disponível em< http://www.eca.usp.br/caligrama/ >	0	0
1	Redação e expressão Oral I	COMPLEMENTAR	MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação. São Paulo: Cortez Editora, 2005.	12	0
1	Redação e expressão Oral I	COMPLEMENTAR	MOYSÉS, Carlos Alberto. Língua portuguesa: atividades de leitura e produção de textos. São Paulo: Saraiva, 2005.	12	0
1	Redação e expressão Oral I	BÁSICA	VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 2002.	27	0
1	Sociologia das Organizações	BÁSICA	BERNARDES, Cyro. Sociologia aplicada à administração: gerenciando grupos nas organizações. São Paulo: Atlas, 1995.	19	0
1	Sociologia das Organizações	BÁSICA	DIAS, Reinaldo. Sociologia das organizações. São Paulo: Atlas, 2008.	12	0
1	Sociologia das Organizações	COMPLEMENTAR	ALBORNOZ, Suzana. O que é trabalho? São Paulo: Brasiliense, 1997.	36	0
1	Sociologia das Organizações	COMPLEMENTAR	CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo, Paz e Terra, 1999.	30	0
1	Sociologia das Organizações	COMPLEMENTAR	FRIEDMANN, G; NAVILLE, P. Tratado de sociologia do trabalho. São Paulo: Cultrix & Ed. da USP, 1973.	4	0
1	Sociologia das Organizações	BÁSICA	LEITE, M. Trabalho e sociedade em transformação. São Paulo: Perseu Abramo, 2003.	2	0

1	Sociologia das Organizações	COMPLEMENTAR	RIFKIN, J. O fim dos empregos. São Paulo: Mackron Books, 1995.	12	0
1	Sociologia das Organizações	COMPLEMENTAR	COMIN, A. et all. O mundo do trabalho. São Paulo: Escrita, 1994.	0	0
1	Sociologia das Organizações	COMPLEMENTAR	FRANÇA, Fabio; LEITE, Gutemberg. A comunicação como estratégia de recursos humanos. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.	0	0
1	Sociologia das Organizações	COMPLEMENTAR	HOBBSAWM, E. Mundos do trabalho. Rio Janeiro: Paz e Terra, 1987.	5	0
1	Teoria das Relações Públicas	BÁSICA	FORTES, Waldir Gutierrez. Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2002.	22	0
1	Teoria das Relações Públicas	BÁSICA	GRUNIG, James E. et alli. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamento. São Caetano do Sul-SP: Difusão Editora, 2009.	12	0
1	Teoria das Relações Públicas	BÁSICA	KUNSCH, Margarida Maria Kroling (Org.). Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos. Vol I. São Paulo: Saraiva, 2009.	10	1
1	Teoria das Relações Públicas	BÁSICA	KUNSCH, Margarida Maria Kroling (Org.). Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos. Vol II. São Paulo: Saraiva, 2009.	0	1
1	Teoria das Relações Públicas	BÁSICA	KUNSCH, Margarida Maria Kroling (Org.). Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas. São Caetano do Sul-SP: Difusão Editora, 2009.	8	1
1	Teoria das Relações Públicas	COMPLEMENTAR	KUNSCH, Margarida Maria Kroling . Obtendo resultado com relações públicas. São Paulo: Thompson Pioneira, 2006.	19	0
1	Teoria das Relações Públicas	COMPLEMENTAR	KUNSCH, Margarida Maria Kroling. Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.	8	0
1	Teoria das Relações Públicas	COMPLEMENTAR	LESLY, Philip. Os fundamentos de relações públicas e da comunicação. São Paulo: Pioneira, 1995.	17	0
1	Teoria das Relações Públicas	COMPLEMENTAR	NASSAR, Paulo. Relações públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.	5	0
1	Teoria das Relações Públicas	COMPLEMENTAR	RIES, Al; REIS, Laura. A queda da propaganda: da mídia paga à mídia espontânea. Rio de Janeiro: Campus, 2002.	0	0
1	Teoria das Relações Públicas	BÁSICA	SCOTT, David M. As novas regras do marketing e das relações públicas.	0	0

			Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.		
1	Teoria das Relações Públicas	BÁSICA	FREITAS, Ricardo; LUCAS, Luciane (Orgs.). Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de relações públicas. São Paulo: Summus, 2002.	0	0
1	Teorias da comunicação	BÁSICA	CAPRINO, Mônica Pegurer (Org.). Comunicação e inovação: reflexões contemporâneas. São Paulo: Paulinas, 2008.	1	0
1	Teorias da comunicação	BÁSICA	DEFLEUR, Melvin L; BALLROKEACH, Sandra. Teorias da comunicação de massa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.	8	0
1	Teorias da comunicação	BÁSICA	LIMA, Luiz Costa (Org.) Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.	17	0
1	Teorias da comunicação	COMPLEMENTAR	FAUSTO NETO, Antonio; PRADO, José Luiz Aidar; PORTO, Sérgio Dayrrel (Orgs). Campo da comunicação: caracterização, problematizações e perspectivas. João Pessoa: UFPB, 2001.	15	0
1	Teorias da comunicação	COMPLEMENTAR	HOHLFELDT, A; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2007.	16	0
1	Teorias da comunicação	COMPLEMENTAR	LEÃO, Lucia (Org.). O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: SENAC, 2003.	16	0
1	Teorias da comunicação	COMPLEMENTAR	LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Epistemologia da comunicação. São Paulo: Loyola, 2003.	0	0
1	Teorias da comunicação	COMPLEMENTAR	MIÈGE, Bernard. O pensamento comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2000.	0	0
1	Teorias da comunicação	COMPLEMENTAR	WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio. Tensões e objetos: da pesquisa em comunicação. Porto alegre: Sulina, 2002.	3	0
1	Teorias da comunicação	COMPLEMENTAR	WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.	12	0
1	Teorias da comunicação	COMPLEMENTAR	DALLA COSTA, Rosa Maria Cardoso. Teoria da comunicação na América Latina: da herança cultural à uma identidade própria. Curitiba: UFPR, 2006.	7	0
1	Teorias da comunicação	COMPLEMENTAR	INGLIS, Fred. A teoria dos media. Lisboa: Vega, 1993.	0	0
1	Teorias da comunicação	COMPLEMENTAR	WOLTON, Dominique. Pensar a comunicação. Brasília: Universidade	1	0

			de Brasília, 2004.		
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	BRETON, Philippe. A utopia da comunicação. Lisboa; Instituto Piaget, 1992.	0	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	CAMELA, Elaine; NAKAGAWA, Fábio Sadao; KUTSCHAT, Daniela; FOGLIANO, Fernando (Orgs.). Mídias: multiplicação e convergências. São Paulo: Senac, 2009.	0	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	LEÃO, Lucia (Org.). Derivas: cartografias do ciberespaço: São Paulo: SENAC; Annablume, 2004.	0	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	RÜDIGER, Francisco. Introdução às teorias da cibercultura: tecnocracia, humanismo e crítica ao pensamento contemporâneo. Porto Alegre, 2007.	0	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	DUSEK, Val. Filosofia da tecnologia. São Paulo: Loyola, 2009.	0	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	BÁSICA	LEÃO, Lucia (Org.). O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: SENAC, 2003.	16	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	BÁSICA	SFEZ, Lucien. Técnica e ideologia: uma questão de poder. Lisboa: Instituto Piaget, 2002.	8	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	CREMADES, Javier. Micropoder: a força do cidadão na era digital. São Paulo: SENAC, 2009.	11	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	FERREIRA, Jairo (Org.). Cenários, teorias e epistemologias da comunicação. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.	8	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	GALIMBERTI, Umberto. Psiche e techne: o homem na idade da técnica. São Paulo: Paulus, 2006.	7	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	GIANNETTI, Claudia. Estética digital: sintopia da arte, a ciência e a tecnologia. Belo Horizonte: C/Arte, 2006.	4	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	HABERMAS, Jürgen. Técnica e ciência como “tecnologia”. Lisboa: 70, 2006.	0	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	KEEN, Andrew. O culto do amador: como blogs, myspace, youtube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.	0	0
2	Comunicação e Cultura	COMPLEMENTAR	LAFONTAINE, Celine. O império cibernético. Lisboa: Instituto Piaget,	0	0

	Contemporâneas		2007.		
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	BÁSICA	TRIVINHO, Eugênio. A democracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização midiática avançada. São Paulo: Paulus, 2007.	10	0
2	Comunicação e Cultura Contemporâneas	COMPLEMENTAR	WIENER, Nobert. Cibernética e sociedade: o uso humano dos seres humanos. São Paulo: Cultrix. 1973.	4	0
2	Comunicação e Desenvolvimento Local	BÁSICA	CASSIOLATO J. e ARROIO, A. (org). Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Contraponto, 2005.	4	0
2	Comunicação e Desenvolvimento Local	BÁSICA	FURTADO, C. Teoria e política do desenvolvimento econômico. São Paulo: Paz e Terra, 2000.	82	0
2	Comunicação e Desenvolvimento Local	BÁSICA	SOUZA, Nali Jesus de. Desenvolvimento Econômico. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2005.	27	1
2	Comunicação e Desenvolvimento Local	COMPLEMENTAR	BARQUERO, A. V. Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização. Porto Alegre, Rio Grande do Sul: UFRGS Editora, 2001.	0	0
2	Comunicação e Desenvolvimento Local	COMPLEMENTAR	FISCHER, Tânia (organizadora). Gestão do Desenvolvimento e Poderes Locais: marcos teóricos e avaliação. Salvador: Casa da Qualidade, 2002.	0	0
2	Comunicação Organizacional	BÁSICA	ARGENTI, Paul P. Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.	10	0
2	Comunicação Organizacional	COMPLEMENTAR	BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009.	1	0
2	Comunicação Organizacional	COMPLEMENTAR	BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial no Brasil: uma leitura crítica. São Paulo: All Print editora, 2005.	0	0
2	Comunicação Organizacional	BÁSICA	FILHO, Clovis Barros (Org.). Ética e comunicação organizacional. São Paulo: Paulus, 2007.	6	0
2	Comunicação Organizacional	BÁSICA	KUNSCH, Margarida Maria Kroling (Org.). Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul-SP: Difusão Editora, 2009.	4	1

2	Comunicação Organizacional	BÁSICA	KUNSCH, Margarida Maria Kroling (Org.). Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas. São Caetano do Sul-SP: Difusão Editora, 2009.	8	1
2	Comunicação Organizacional	BÁSICA	KUNSCH, Margarida Maria Kroling. Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas / volume II. São Paulo: Saraiva, 2009.	8	1
2	Comunicação Organizacional	COMPLEMENTAR	GRUNIG, James E. et all. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamento. São Caetano do Sul-SP: Difusão Editora, 2009.	12	0
2	Comunicação Organizacional	COMPLEMENTAR	KUNSCH, Margarida Maria Kroling (Org.). Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos. Vol I. São Paulo: Saraiva, 2009.	10	1
2	Comunicação Organizacional	COMPLEMENTAR	KUNSCH, Margarida Maria Kroling, OLIVEIRA, Ivone de Lourdes (Org.). A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações. São Caetano do Sul-SP: Difusão Editora, 2009.	3	1
2	Redação e expressão Oral II	BÁSICA	CHARADEAU, Patrick. O discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2006.	20	0
2	Redação e expressão Oral II	BÁSICA	GREGOLIN, M. R. Discurso e mídia: a cultura do espetáculo. São Carlos/SP: Clara Luz, 2003.	3	0
2	Redação e expressão Oral II	COMPLEMENTAR	LANDOWSKI, Eric. A sociedade refletida. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.	0	0
2	Redação e expressão Oral II	COMPLEMENTAR	LUCENA, Y. OLIVEIRA, M. A. e BARBOSA, R. E. (orgs.) Análise do discurso. João Pessoa: Idéia, 2004.	0	0
2	Redação e expressão Oral II	BÁSICA	ORLANDI, Eni. Análise de discurso. Campinas: Pontes, 2002.	11	0
2	Redação e expressão Oral II	COMPLEMENTAR	PINTO, Milton. Comunicação e discurso. São Paulo: Hacker, 1999.	2	0
2	Teoria das Organizações	BÁSICA	DIAS, Reinaldo. Sociologia das organizações. São Paulo: Atlas, 2008.	12	1
2	Teoria das Organizações	BÁSICA	CHIAVENATO, Idalberto. Iniciação à teoria das organizações. São Paulo; Manole, 2010. 268p.	9	1
2	Teoria das Organizações	BÁSICA	MOTTA, Fernando C. P. Teoria das Organizações: Evolução e Crítica. São Paulo: Thomson Pioneira, 2001.	21	0
2	Teoria das Organizações	COMPLEMENTAR	BERTERO, Carlos Osmar; CALDAS, MIGUEL P. Teoria das organizações. São Paulo: Atlas, 2007, 368p.	0	0

2	Teoria das Organizações	COMPLEMENTAR	PAULA, Ana Paula Paes de. Teoria crítica nas organizações. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007. 136p	0	1
3	Cultura Organizacional	COMPLEMENTAR	CARVALHO, Carlos Eduardo, RONCHI, Carlos César. Cultura organizacional teoria e prática. Rio de Janeiro: Fundo da Cultura, 2005.	0	0
3	Cultura Organizacional	BÁSICA	FREITAS, Maria Ester de. Cultura organizacional: formação, tipologia e impactos. São Paulo: Makron, McGraw Hill, 1991.	3	0
3	Cultura Organizacional	BÁSICA	FREITAS, Maria Ester de. Cultura organizacional: identidade, sedução e carisma. Rio de Janeiro: FGV, 2005.	7	0
3	Cultura Organizacional	COMPLEMENTAR	MARCHIORI, Marlene (Org.). Faces da cultura e da comunicação organizacional. São Caetano do Sul: Difusão, 2006	9	1
3	Cultura Organizacional	COMPLEMENTAR	MARCHIORI, Marlene. Cultura organizacional: conhecimento estratégico no relacionamento e na comunicação com os empregados. 2001 (Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo.	0	1
3	Cultura Organizacional	COMPLEMENTAR	MATOS, Gustavo Gomes. A cultura do diálogo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.	3	0
3	Cultura Organizacional	COMPLEMENTAR	MORGAN, Gareth. Imagens da organização. São Paulo: Atlas. 1996.	41	0
3	Cultura Organizacional	COMPLEMENTAR	MOTTA, Fernando C. Prestes; CALDAS, Miguel P. (Orgs). Cultura Organizacional e Cultura Brasileira. São Paulo: Atlas, 1997.	9	0
3	Cultura Organizacional	BÁSICA	SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1998.	19	0
3	Cultura Organizacional	BÁSICA	TORQUATO, Gaudêncio. Cultura, poder, comunicação e imagem: fundamentos da Nova empresa. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.	16	0
3	Introdução ao Planejamento	BÁSICA	ANSOFF, Igor et alli. Implantando a administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1993.	26	0
3	Introdução ao Planejamento	COMPLEMENTAR	CHIAVENATO, Idalberto. Planejamento estratégico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.	4	0
3	Introdução ao Planejamento	COMPLEMENTAR	FRANÇA, Fábio & FREITAS, Sidnéia Gomes. Manual da qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 2000.	6	0
3	Introdução ao Planejamento	BÁSICA	KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas	23	0

			na comunicação integrada. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.		
3	Introdução ao Planejamento	BÁSICA	OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2009.	77	1
3	Introdução ao Planejamento	BÁSICA	MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração de projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2009.	37	1
3	Introdução ao Planejamento	COMPLEMENTAR	WHITTINGTON, Richard. O que é estratégia. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.	0	0
3	Pesquisa de Opinião Pública	BÁSICA	DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.	31	1
3	Pesquisa de Opinião Pública	BÁSICA	FRANÇA, Fábio. Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2004. 159 p. ISBN: 858848952.	3	1
3	Pesquisa de Opinião Pública	BÁSICA	LIPPMANN, Walter. Opinião pública. São Paulo: Vozes, 202008.	5	1
3	Pesquisa de Opinião Pública	COMPLEMENTAR	MALHOTRA, Naresh K. Introdução a pesquisa de marketing. São Paulo: Pearce Prentice Hall, 2006.	3	1
3	Pesquisa de Opinião Pública	COMPLEMENTAR	MEDER, Henrique. Amostragem em pesquisas socioeconômicas. Campinas: Alínea, 2008.	2	0
3	Pesquisa de Opinião Pública	COMPLEMENTAR	SANTOS, Maria Retz G.(Org). Opinião pública e as relações possíveis. Bauru: UNESP/FAAC, 2005.	0	0
3	Redação em Comunicação Organizacional	COMPLEMENTAR	BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem. São Leopoldo: Unisinos, 2000.	0	0
3	Redação em Comunicação Organizacional	BÁSICA	CAHEN, Roger. Tudo que seus não lhe contaram sobre comunicação empresarial. São Paulo: Best Seller, 1990.	17	0
3	Redação em Comunicação Organizacional	BÁSICA	MEDEIROS, João Bosco. Redação empresarial. São Paulo: Atlas, 2007.	5	1
3	Redação em Comunicação Organizacional	BÁSICA	GOLD, Miriam Redação empresarial: escrevendo com Sucesso na era de globalização. MAKRON, 2002.	17	0
3	Redação em Comunicação Organizacional	COMPLEMENTAR	PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação e Empresarial. Campinas: Alínea, 2004.	5	0

4	Mídia Impressa em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	BAER, Lorenzo. Produção gráfica. São Paulo: Editora SENACA, 2007.	5	0
4	Mídia Impressa em Relações Públicas	BÁSICA	COLLARO, ANTONIO CELSO. Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação. São Paulo: Summus, 2000.	15	0
4	Mídia Impressa em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	MARTINS, Plínio, ROLLEMBERG, Marcello. Edusp um projeto gráfico. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2001.	3	0
4	Mídia Impressa em Relações Públicas	BÁSICA	DONIS, A. Donis. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 2003.	27	0
4	Mídia Impressa em Relações Públicas	BÁSICA	FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. São Paulo: Edgard Blucher, 2016.	17	0
4	Pesquisa aplicada às Relações Públicas	BÁSICA	BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2015.	44	0
4	Pesquisa aplicada às Relações Públicas	BÁSICA	DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2014.	31	0
4	Pesquisa aplicada às Relações Públicas	BÁSICA	YIN, Robert K. Estudos de casos: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2010.	1	0
4	Pesquisa aplicada às Relações Públicas	COMPLEMENTAR	GOMES, Josir Simeone. O método de estudo de caso aplicado à gestão de negócios. São Paulo: Atlas, 2006.	0	0
4	Pesquisa aplicada às Relações Públicas	COMPLEMENTAR	LUZ, Ricardo. Gestão do clima organizacional. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.	2	0
4	Pesquisa aplicada às Relações Públicas	COMPLEMENTAR	MARTINS, Gilberto de Andrade. Estudo de caso. São Paulo: Atlas, 2008.	2	0
4	Pesquisa aplicada às Relações Públicas	COMPLEMENTAR	OLIVEIRA, Maria Marly de. Como fazer pesquisa qualitativa. São Paulo: Vozes, 2007.	0	0
4	Pesquisa aplicada às Relações Públicas	COMPLEMENTAR	THIOLLENT, Michel. Pesquisa-ação nas organizações. São Paulo: Atlas, 1997.	0	0
4	Planejamento de Marketing	BÁSICA	BATISTA, D. et al. Fundamentos do marketing. Rio de Janeiro: FGV, 2006.	30	0
4	Planejamento de Marketing	BÁSICA	KOTLER, P; KELLER, K. L. Administração de marketing. São Paulo : Pearson Prentice Hall, 2006.	76	1
4	Planejamento de Marketing	BÁSICA	KOTLER, P. Marketing. São Paulo: Atlas, 1996.	34	1

4	Planejamento de Marketing	COMPLEMENTAR	LAMB, C. et alli. Princípios de marketing. São Paulo: Thomson, 2004.	21	0
4	Planejamento de Marketing	COMPLEMENTAR	MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2011.	16	0
4	Planejamento de Marketing	COMPLEMENTAR	SILVA, H. H. et al. Planejamento estratégico de marketing. Rio de Janeiro: FGV, 2006.	10	0
4	Planejamento de Marketing	BÁSICA	SPILLER, E. S. et al. Gestão de serviços e marketing interno. Rio de Janeiro: FGV, 2006.	32	0
4	Planejamento de Marketing	COMPLEMENTAR	VAZ, G. N. Marketing institucional: o mercado de ideias e imagens. São Paulo: Thomson VOLTOLINI, R. Terceiro setor: planejamento e gestão. São Paulo: Senac, 2003.	23	1
4	Planejamento de Marketing	COMPLEMENTAR	VOLTOLINI, R. Terceiro setor: planejamento e gestão. São Paulo: Senac, 2003.	15	0
4	Planejamento de Relações Públicas	BÁSICA	ANSOFF, Igor et alli. Implantando a administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1993.	26	0
4	Planejamento de Relações Públicas	BÁSICA	KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. São Paulo: Summus, 2016.	23	0
4	Planejamento de Relações Públicas	COMPLEMENTAR	LUPETTI, Marcélia. Gestão da comunicação mercadológica. São Paulo: Ed. Thompson, 2007.	6	0
4	Planejamento de Relações Públicas	BÁSICA	MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração de projetos: como transformar ideais em resultados. São Paulo: Atlas, 2019.	32	0
4	Planejamento de Relações Públicas	BÁSICA	OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2018.	59	1
4	Planejamento de Relações Públicas	COMPLEMENTAR	TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2016.	5	0
4	Planejamento de Relações Públicas	COMPLEMENTAR	CHIAVENATO, Idalberto. Planejamento estratégico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.	8	0
4	Planejamento de Relações Públicas	COMPLEMENTAR	VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. Planejamento de comunicação integrada: manual de sobrevivência para as organizações do século XXI. São Paulo: Summus, 2009	0	0
4	Planejamento de Relações Públicas	COMPLEMENTAR	FRANÇA, Fábio & FREITAS, Sidnéia Gomes. Manual da qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 2000.	6	0
4	Planejamento de Relações	COMPLEMENTAR	LUPETTI, Marcélia. Planejamento de comunicação. São Paulo: Futura,	1	0

	Públicas		2000.		
4	Planejamento de Relações Públicas	COMPLEMENTAR	WHITTINGTON, Richard. O que é estratégia. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.	0	0
5	Estágio Supervisionado I	BÁSICA	BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: teoria e pesquisa. Barueri, SP: Manole, 2003. 369 p. ISBN: 8520414826.	7	0
5	Estágio Supervisionado I	BÁSICA	DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (orgs.) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.	31	1
5	Estágio Supervisionado I	BÁSICA	FRANÇA, Fábio. Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2004. 159 p. ISBN: 858848952.	3	1
5	Estágio Supervisionado I	BÁSICA	KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.	23	0
5	Estágio Supervisionado I	COMPLEMENTAR	FARIAS, Luiz Alberto de. Relações públicas estratégicas técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo Summus 2007.	5	0
5	Estágio Supervisionado I	COMPLEMENTAR	FORTES, Waldir Gutierrez. Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2002.	22	0
5	Estágio Supervisionado I	COMPLEMENTAR	FRANÇA, Fábio & FREITAS, Sidnéia Gomes. Manual da qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 2000.	6	0
5	Estágio Supervisionado I	COMPLEMENTAR	GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1994.	139	1
5	Estágio Supervisionado I	COMPLEMENTAR	GRUNIG, James E. Relações públicas teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul, SP Difusão 2011.	12	0
5	Estágio Supervisionado I	COMPLEMENTAR	KUNSCH, Margarida Maria Krohling . Obtendo resultado com relações públicas. São Paulo: Thompson Pioneira, 2006.	19	0
5	Estágio Supervisionado I	COMPLEMENTAR	LAKATOS, E.M. Metodologia do trabalho científico. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.	25	0
5	Estágio Supervisionado I	COMPLEMENTAR	NASSAR, Paulo. Relações públicas a construção da responsabilidade histórica e o resgate da memória institucional das organizações Rio de Janeiro Difusão 2012.	5	0
5	Estágio Supervisionado I	COMPLEMENTAR	PASSOS, Elizete. Éticas nas organizações. São Paulo: Atlas, 2010	11	0

5	Estágio Supervisionado I	COMPLEMENTAR	SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2004.	189	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	BÁSICA	ANDRADE, Rui Otávio, ALYRIO, Rovigati Danilo e MACEDO, Marcelo Álvaro da Silva. Princípios de Negociação: Ferramentas e gestão. São Paulo: Atlas, 2004.	13	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	BÁSICA	BURBRIDGE, R. Marc; COSTA, Sergio Freitas; LIMA, Jose Guilherme de Heráclito et alli. Gestão de negociação: como conseguir o que se quer sem ceder o que não se deve. São Paulo: Saraiva, 2007.	3	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	BÁSICA	CARVALHAL, Eugenio et alli. Negociação e administração de conflitos. Rio de Janeiro: FGV, 2006.	3	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	BÁSICA	FERREIRA, Gonzaga. Negociação: como usar a inteligência e a racionalidade. São Paulo: Atlas, 2008.	3	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	BÁSICA	LEWICKI, Roy L., David M. SAUNDERS, e John W. MINTON. Fundamentos da negociação. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002	3	1
5	Estratégias de Mediação e Negociação	BÁSICA	MELLO, José Carlos Martins de. Negociação baseada em estratégia. São Paulo: Atlas, 2003.	7	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	COMPLEMENTAR	BACCEGA, Maria Aparecida. Gestão de processos comunicacionais. São Paulo: Atlas, 2002.	0	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	COMPLEMENTAR	GRACIOSO, Francisco. As novas arenas da comunicação com o mercado. São Paulo: Atlas, 2008.	0	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	COMPLEMENTAR	LOPES, Boanerges (org.). Gestão da comunicação empresarial. Juiz de Fora: Produtora Multimeios, 2007.	0	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	COMPLEMENTAR	SHULER. Maria (org.). Comunicação estratégica. São Paulo: Atlas, 2004.	0	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	BÁSICA	LEWICKI, Roy L. Estratégias de Negociação e Fechamento. Rio de Janeiro: Campus, 2002	0	0
5	Estratégias de Mediação e Negociação	COMPLEMENTAR	HAMMER, Michael. A agenda: o que as empresas devem fazer para dominar esta década. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.	0	0
5	Mídia Sonora em Relações Públicas	BÁSICA	BARBOSA FILHO, André. Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.	8	0
5	Mídia Sonora em Relações	BÁSICA	CESAR, Cyro. Rádio. A Mídia da emoção. São Paulo: Summus, 2005.	5	1

	Públicas				
5	Mídia Sonora em Relações Públicas	BÁSICA	MCLEISH, Robert. Produção de Rádio. Um guia abrangente de produção radiofônica [tradução Mauro Silva] São Paulo: Summus, 2001.	23	0
5	Mídia Sonora em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	ROBERTS-BRESLIN, Jan. Produção de imagem e som. São Paulo: Campus, 2004.	21	0
5	Mídia Sonora em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	WISNIK, José Miguel. O som e o sentido. São Paulo: Companhia das letras, 1999.	24	0
5	Mídia Sonora em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	ZUBEN, Paulo. Ouvir o som. Cotia: Ateliê, 2005.	5	0
5	Mídia Sonora em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	VIANNA, Graziela Valadares. Jingles e Spots. Belo Horizonte. Newton Paiva, 2004.	0	0
5	Mídia Sonora em Relações Públicas	BÁSICA	McFLEISH, Robert. Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.	23	0
5	Publicidade e Propaganda	BÁSICA	KOTLER, Philip, Administração de marketing: análise, planejamento e controle. São Paulo: Atlas,	33	0
5	Publicidade e Propaganda	BÁSICA	RICHERS, Raimar. O que é marketing. São Paulo: Brasiliense, 1991.	32	0
5	Publicidade e Propaganda	BÁSICA	SANTANA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática São Paulo: Pioneira, 1998.	13	0
5	Publicidade e Propaganda	BÁSICA	TAHARA, Mizuho. Contato imediato com mídia. São Paulo: Global, 1991.	0	0
5	Publicidade e Propaganda	COMPLEMENTAR	CORRÊA, Roberto. Contato imediato com planejamento de propaganda. São Paulo: Global, 1990.	0	0
5	Publicidade e Propaganda	COMPLEMENTAR	COTRIN, Sérgio P. de Queiroz, Contato imediato com pesquisa em propaganda. São Paulo: Global, 1978.	0	0
6	Audiovisual em Relações Públicas	BÁSICA	ALVES, Márcia Nogueira; FONTOURA, Mara; ANTONIUTTI, Cleide Luciane. Mídia e produção audiovisual: uma introdução. Curitiba: Ibpex, 2008.	3	1
6	Audiovisual em Relações Públicas	BÁSICA	CASTRO, Maria Lilia Dias de; DUARTE, Elizabeth Bastos. Comunicação audiovisual: gêneros e formatos. Porto Alegre: Sulina, 2007	6	0

6	Audiovisual em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	MARTINEZ, André. Democracia audiovisual: proposta articulação regional para o Desenvolvimento. São Paulo: Escrituras, 2005.	2	0
6	Audiovisual em Relações Públicas	BÁSICA	REIS E SILVA, João Guilherme Barone. Comunicação e indústria audiovisual. Porto Alegre: Sulina, 2009.	2	0
6	Audiovisual em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	RODRIGUEZ, Angel. A dimensão sonora da linguagem audiovisual. São Paulo: Senac, 2006.	2	0
6	Audiovisual em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	ROSSINI, Miriam de Souza; SANTOS, Nadia Maria Weber; PESAVENTO, Sandra Jatahy (Orgs.). Narrativas, imagens e práticas sociais. São Paulo: Asterisco, 2008.	0	0
6	Audiovisual em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	SILVA, Alexandre Rocha da; ROSSINI, Miriam de Souza (Orgs.). Do audiovisual as audiovisualidades: convergência e dispersão nas mídias. São Paulo: Asterisco, 2009.	1	0
6	Empreendedorismo em Comunicação Organizacional	BÁSICA	BIZZOTTO, Carlos Eduardo N. Plano de negócios para empreendimentos inovadores. São Paulo, Atlas, 2008.	5	1
6	Empreendedorismo em Comunicação Organizacional	BÁSICA	COSTA, Maria Cristina Castilho (org.). Gestão da comunicação: terceiro setor, organizações não governamentais, responsabilidade social e novas formas de cidadania. São Paulo: Atlas, 2005.	5	0
6	Empreendedorismo em Comunicação Organizacional	COMPLEMENTAR	DANTAS, Edmundo Brandão. Atendimento ao público nas organizações. Brasília: SENAC, 2004.	6	0
6	Empreendedorismo em Comunicação Organizacional	COMPLEMENTAR	GRACIOSO, Francisco. As novas arenas da comunicação com o mercado. São Paulo: Atlas, 2008.	0	0
6	Empreendedorismo em Comunicação Organizacional	BÁSICA	TAVARES, Mauricio. Comunicação empresarial e planos de comunicação. São Paulo: Atlas, 2007.	5	1
6	Estágio Supervisionado II	BÁSICA	BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: teoria e pesquisa. Barueri, SP: Manole, 2003. 369 p. ISBN: 8520414826.	7	0
6	Estágio Supervisionado II	BÁSICA	DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (orgs.) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.	31	0
6	Estágio Supervisionado II	BÁSICA	FRANÇA, Fábio & FREITAS, Sidnéia Gomes. Manual da qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 2000.	6	0

6	Estágio Supervisionado II	BÁSICA	FRANÇA, Fábio. Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2004. 159 p. ISBN: 858848952.	3	0
6	Estágio Supervisionado II	BÁSICA	KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.	23	0
6	Estágio Supervisionado II	COMPLEMENTAR	FARIAS, Luiz Alberto de. Relações públicas estratégicas técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo Summus 2007.	5	0
6	Estágio Supervisionado II	COMPLEMENTAR	FORTES, Waldir Gutierrez. Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2002.	22	0
6	Estágio Supervisionado II	COMPLEMENTAR	GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1994.	111	1
6	Estágio Supervisionado II	COMPLEMENTAR	GRUNIG, James E. Relações públicas teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul, SP Difusão 2011.	12	0
6	Estágio Supervisionado II	COMPLEMENTAR	KUNSCH, Margarida Maria Krohling . Obtendo resultado com relações públicas. São Paulo: Thompson Pioneira, 2006.	19	0
6	Estágio Supervisionado II	COMPLEMENTAR	LAKATOS, E.M. Metodologia do trabalho científico. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.	14	0
6	Estágio Supervisionado II	COMPLEMENTAR	NASSAR, Paulo. Relações públicas a construção da responsabilidade histórica e o resgate da memória institucional das organizações Rio de Janeiro Difusão 2012	2	0
6	Estágio Supervisionado II	COMPLEMENTAR	PASSOS, Elizete. Éticas nas organizações. São Paulo: Atlas, 2010	11	0
6	Estágio Supervisionado II	COMPLEMENTAR	SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2004.	170	1
6	Ética e deontologia	BÁSICA	ASHLEY, Patrícia A. Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2002	51	1
6	Ética e deontologia	BÁSICA	INSTITUTO ETHOS. Instituto Ethos Reflexão - Diálogo e ética nas organizações, por Rafael Echeverría. São Paulo: Instituto Ethos, ano 5, no. 13, out.2004.	0	1
6	Ética e deontologia	COMPLEMENTAR	NEVES, Roberto de Castro. Imagem empresarial. Rio de Janeiro, Mauad, 1998.	5	0
6	Ética e deontologia	BÁSICA	PASSOS, Elizete. Éticas nas organizações. São Paulo: Atlas, 2010	11	0

6	Ética e deontologia	COMPLEMENTAR	SROUR, Robert Henry. Ética empresarial: a gestão da reputação. Rio de Janeiro: Campus, 2003.	5	1
6	Ética e deontologia	COMPLEMENTAR	VIEIRA, Roberto Fonseca. Relações Públicas: opção pelo cidadão. São Paulo: Mauad, 2002.	5	0
6	Ética e deontologia	COMPLEMENTAR	FERREL, O. C.; FRAEDRICH, J.; FERREL, L. Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos. São Paulo: Reischmann & Affonso, 2001.	0	0
6	Ética e deontologia	COMPLEMENTAR	HUMBERG, M.E. Ética na política e na empresa: 12 anos de reflexão. São Paulo: CLA, 2002.	0	0
6	Ética e deontologia	COMPLEMENTAR	MOREIRA, J.M. A ética empresarial no Brasil. São Paulo: Thomson, 2002.	0	0
7	Comunicação nas Organizações Públicas e no Terceiro Setor	BÁSICA	ASHLEY, Patrícia Almeida. Ética e responsabilidade nos negócios. São Paulo: atlas, 2003.	51	1
7	Comunicação nas Organizações Públicas e no Terceiro Setor	BÁSICA	COSTA, Maria Cristina Castilho (org.). Gestão da comunicação: terceiro setor, organizações não governamentais, responsabilidade social e novas formas de cidadania. São Paulo: Atlas, 2005.	5	0
7	Comunicação nas Organizações Públicas e no Terceiro Setor	COMPLEMENTAR	GOLDSTEIN, Ilana. Responsabilidade social: das grandes corporações ao Terceiro Setor. São Paulo: Ática, 2007.	0	0
7	Comunicação nas Organizações Públicas e no Terceiro Setor	COMPLEMENTAR	HENRIQUES, Márcio Simeone. Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.	3	0
7	Comunicação nas Organizações Públicas e no Terceiro Setor	COMPLEMENTAR	KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (Orgs..). Relações Públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.	8	0
7	Comunicação nas Organizações Públicas e no Terceiro Setor	COMPLEMENTAR	NETO, Francisco Paulo de Melo, FROES, César. Responsabilidade social e cidadania empresarial. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.	0	0
7	Comunicação nas Organizações Públicas e no Terceiro Setor	COMPLEMENTAR	TRIGUEIRO et all. Manual de comunicação e meio ambiente. São Paulo: Petropolis, 2004.	1	0

7	Comunicação nas Organizações Públicas e no Terceiro Setor	BÁSICA	PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Comunicação e terceiro setor. In: DUARTE, Jorge (org.). Comunicação Pública. São Paulo: Ed. Atlas, 2007.	5	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	BÁSICA	BARBEIRO, Herodoto. Mídia training. São Paulo: Saraiva 2008.	5	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	BÁSICA	BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa. São Paulo, Editora Manole, 2003.	7	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	BÁSICA	DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com mídia. São Paulo: Atlas: 2003.	5	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	BÁSICA	LUCAS. Luciane. Media training: como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa. São Paulo: Summus, 2007.	5	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	COMPLEMENTAR	ASSAD, Nancy, PASSDORI, Reinaldo. Media training: como construir uma comunicação eficaz com a imprensa e a sociedade. São Paulo: Editora Gente, 2009	0	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	COMPLEMENTAR	BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial no Brasil: uma leitura crítica. São Paulo: All Print editora, 2005.	0	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	COMPLEMENTAR	LOPES, Boanerges. Jornalismo e Relações Públicas: ação e reação. Uma perspectiva conciliatória possível. Rio de Janeiro, Mauad, 2004.	2	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	COMPLEMENTAR	LOPES, Marilene. Quem tem medo de ser notícia? São Paulo, Makron Books, 2000.	1	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	COMPLEMENTAR	LORENZON, Gilberto e MAWAKDIYE, Alberto. Manual de Assessoria de Imprensa. Campos de Jordão/SP, Editora Mantiqueira, 2002.	0	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	COMPLEMENTAR	MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia. São Paulo, Editora Contexto, 2004.	5	1
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	COMPLEMENTAR	P. DA COSTA, Letícia Maria (org). O X da questão: jornalistas de redação e de assessoria de imprensa. Taubaté/SP, Papel Brasil Editora, 2003.	0	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	COMPLEMENTAR	VALENTE, Célia & NORI, Walter. Portas abertas. São Paulo, Editora Best Seller, 1990.	0	0
7	Consultoria e Assessoria de Comunicação	COMPLEMENTAR	VIANA, Francisco. De cara com a mídia: comunicação corporativa , relacionamento e cidadania. São Paulo, Negócio Editora, 2001.	0	0

7	Mídias Digitais em Relações Públicas	BÁSICA	GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para novas mídias. São Paulo: Editora SENAC, 2003.	6	0
7	Mídias Digitais em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	CAPRIANI, Fabio. Blog corporativo. São Paulo: Novatec Editora, 2008.	0	0
7	Mídias Digitais em Relações Públicas	COMPLEMENTAR	MUSBURGER, Robert B. Roteiro para mídia eletrônica. Rio de Janeiro: Elsevier Campus, 2008	0	0
7	Planejamento e Organização de Eventos	BÁSICA	CESCA, Cleuza G. Gimenes. Organização de eventos: manual para planejamento e execução. São Paulo: Summus, 1997.	13	0
7	Planejamento e Organização de Eventos	BÁSICA	GIACAGLIA, M.C. Organização de Eventos: teoria e prática. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.	20	0
7	Planejamento e Organização de Eventos	BÁSICA	MATIAS, Marlene. Organização de eventos: procedimentos e técnicas. Barueri: Manole, 2002.	12	1
7	Planejamento e Organização de Eventos	COMPLEMENTAR	ALLEN, J; O'TOOLE, W; MCDONNEL, I; HARIS, R. Organização e gestão de eventos. 3 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.	0	0
7	Planejamento e Organização de Eventos	COMPLEMENTAR	ANDRADE, Marielza. O Cerimonial nas empresas: facilidades para o dia-a-dia. Brasília, 2002.	0	0
7	Planejamento e Organização de Eventos	COMPLEMENTAR	MARTIN, Vanessa. Manual Prático de Eventos. São Paulo: Atlas, 2003.	0	0
7	Planejamento e Organização de Eventos	COMPLEMENTAR	MATARAZZO, Cláudia. Negócios, negócios, etiqueta faz parte. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2005.	0	0
8	Produção Cultural	BÁSICA	COELHO, Teixeira: Dicionário Crítico de Política Cultural. São Paulo, 2004.	6	0
8	Produção Cultural	BÁSICA	REIS, Ana Carla Fonseca. Marketing cultural e financiamento da cultura. São Paulo: Thomson, 2003.	0	0
8	Produção Cultural	BÁSICA	ARMANI, D. Como elaborar projetos? Guia Prático para Elaboração e Gestão de Projetos Sociais. Porto Alegre, Tomo Editorial, 2002	4	0

8	Produção Cultural	COMPLEMENTAR	HIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Projetos culturais: técnicas de modelagem. Rio de Janeiro: FGV, 2006.	0	0
8	Produção Cultural	COMPLEMENTAR	MALAGODI, Maria Eugênia e CESNIK, Fábio. Projetos culturais: elaboração, administração, aspectos legais e busca de patrocínio. São Paulo: Escrituras, 2004.	0	0
8	Produção Cultural	COMPLEMENTAR	NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. O mercado da cultura em tempos (pós) modernos. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000	3	0
8	Seminários Étnico- Raciais	BÁSICA	FERREIRA, Ricardo Franklin. Afro-Descendente: identidades em construção. . Pallas. 2004	7	0
8	Seminários Étnico- Raciais	BÁSICA	FRY, Peter. A persistência da raça. . Civilização Brasileira. 2005	1	0
8	Seminários Étnico- Raciais	BÁSICA	HALL, Stuart. A Identidade Cultural na pós modernidade. 7 ed.. DP&A. 2002	63	0
8	Seminários Étnico- Raciais	BÁSICA	HALL, Stuart; SOVIK, Liv; RESENDE, La Guardia.. Da Diáspora: identidades e mediações culturais. . Ed. UFMG. 2006	33	0
8	Seminários Étnico- Raciais	BÁSICA	SILVA, Tomaz Tadeu da. Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Vozes. 2000	47	0
8	Seminários Étnico- Raciais	COMPLEMENTAR	FERNANDES, Florestan. A integração do negro na sociedade de classes: o legado da "raça branca". 5. Globo. 2008	5	0
8	Seminários Étnico- Raciais	COMPLEMENTAR	Guímes Rodrigues Filho, Vânia Aparecida Martins Bernardes, João Gabriel do Nascimento. Educação para as relações étnico-raciais: outras perspectivas para o Brasil. 1 ed.. Editora Gráfica Lops. 2012	0	0
8	Seminários Étnico- Raciais	COMPLEMENTAR	MOURA, Clóvis. Raízes do protesto negro. . Global. 1983	3	0
8	Seminários Étnico- Raciais	COMPLEMENTAR	VAINFAS, Ronaldo. A heresia dos índios: catolicismo e rebeldia no Brasil colonial. Companhia das Letras. 1999	11	0
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	BÁSICA	DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (orgs.) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.	31	1
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	BÁSICA	FORTES, Waldir Gutierrez. Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2002.	22	0
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	BÁSICA	FRANÇA, Fábio & FREITAS, Sidnéia Gomes. Manual da qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 2000.	6	0
8	Trabalho de Conclusão de	BÁSICA	GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo:	139	1

	Curso I		Atlas, 1994.		
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	BÁSICA	KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.	23	0
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	BÁSICA	KUNSCH, Margarida Maria Krohling . Obtendo resultado com relações públicas. São Paulo: Thompson Pioneira, 2006.	13	0
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	BÁSICA	SALOMON, Délcio Vieira. Como fazer uma monografia. São Paulo: Martins Fontes, 1999.	34	1
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	COMPLEMENTAR	ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à metodologia do trabalho científico. São Paulo: Atlas, 1998.	84	1
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	COMPLEMENTAR	BARROS, A. P. de e LEHFELD, N. A de S. Fundamentos de metodologia: um guia para a iniciação científica. São Paulo, McGrawHill do Brasil, 1986.	8	0
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	COMPLEMENTAR	LAKATOS, E.M. Metodologia do trabalho científico. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.	25	0
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	COMPLEMENTAR	SEIDEL, Roberto. H. Manual teórico e prático para elaboração de trabalhos acadêmicos. Recife: Nossa Livraria, 2004.	0	0
8	Trabalho de Conclusão de Curso I	COMPLEMENTAR	SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2004.	212	1
9	Trabalho de Conclusão de Curso II	BÁSICA	ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à metodologia do trabalho científico. São Paulo: Atlas, 1998.	84	1
9	Trabalho de Conclusão de Curso II	BÁSICA	BARROS, A. P. de e LEHFELD, N. A de S. Fundamentos de metodologia: um guia para a iniciação científica. São Paulo, McGrawHill do Brasil, 1986.	8	0
9	Trabalho de Conclusão de Curso II	BÁSICA	FRANÇA, Fábio & FREITAS, Sidnéia Gomes. Manual da qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 2000.	6	0
9	Trabalho de Conclusão de Curso II	BÁSICA	GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1994.	139	1
9	Trabalho de Conclusão de Curso II	BÁSICA	KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.	23	0
9	Trabalho de Conclusão de Curso II	BÁSICA	KUNSCH, Margarida Maria Krohling . Obtendo resultado com relações públicas. São Paulo: Thompson Pioneira, 2006.	19	0

9	Trabalho de Conclusão de Curso II	COMPLEMENTAR	DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (orgs.) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.	31	1
9	Trabalho de Conclusão de Curso II	COMPLEMENTAR	FORTES, Waldir Gutierrez. Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2002.	23	0
9	Trabalho de Conclusão de Curso II	COMPLEMENTAR	LAKATOS, E.M. Metodologia do trabalho científico. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.	25	0
9	Trabalho de Conclusão de Curso II	COMPLEMENTAR	SALOMON, Délcio Vieira. Como fazer uma monografia. São Paulo: Martins Fontes, 1999.	46	1
9	Trabalho de Conclusão de Curso II	COMPLEMENTAR	SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2004.	212	1
o	Comunicação e Identidade Cultural	BÁSICA	CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais na Globalização	3	0
o	Comunicação e Identidade Cultural	BÁSICA	CANCLINI, Nestor García. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo, Edusp, 1997.	47	0
o	Comunicação e Identidade Cultural	BÁSICA	GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. RJ. LTC, 1989	48	1
o	Comunicação e Identidade Cultural	COMPLEMENTAR	HALL, S. Identidade cultural na pós-modernidade. RJ: DP&A Editora, 1999.	63	0
o	Comunicação e Identidade Cultural	COMPLEMENTAR	HALL, Stuart. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2011.	33	0
o	Comunicação e Relações Interpessoais	BÁSICA	GAHAGAN, Judy. Comportamento interpessoal e de grupo. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.	6	0
o	Comunicação e Relações Interpessoais	BÁSICA	MINICUCCI, Agostinho. Relações humanas: psicologia das relações interpessoais. São Paulo: Atlas, 2001.	11	1
o	Comunicação e Relações Interpessoais	BÁSICA	WEIL, Pierre. Relações humanas na família e no trabalho. Petrópolis: Vozes, 2005.	8	0
o	Comunicação e Relações Interpessoais	BÁSICA	WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. O corpo fala: A linguagem silenciosa da comunicação não-verbal. Petrópolis: Vozes, 2009.	15	0
o	Comunicação e Relações Interpessoais	COMPLEMENTAR	ADLER, Ronald B.; TOWNE, Neil. Comunicação interpessoal. Rio de Janeiro: Editora LTC, 2002.	0	0

o	Comunicação e Relações Interpessoais	COMPLEMENTAR	COELHO, J.G; BULHÕES, M. (Org.) Corpo e Cultura: Múltiplos Olhares. Editora Cultura Acadêmica, São Paulo, 2009.	0	0
o	Comunicação e Relações Interpessoais	COMPLEMENTAR	DARWIN, C. A Expressão das emoções no homem e nos animais. Ed. Companhia das Letras, São Paulo, 2000.	1	0
o	Comunicação e Relações Interpessoais	COMPLEMENTAR	DIMITRIUS, J. E.; MAZZARELLA, M.(Orgs.) Decifrar pessoas: como entender e prever o comportamento humano. Ed. Alegro, São Paulo, 2000.	2	0
o	Comunicação e Relações Interpessoais	COMPLEMENTAR	GOLEMAN, Daniel. Inteligência social: o poder das relações humanas. Tradução Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Editora Campus/Elsevier, 2006.	0	0
o	Comunicação e Relações Interpessoais	COMPLEMENTAR	PEASE, A. & PEASE, B. Desvendando os segredos da linguagem corporal. Sextante, São Paulo, 2005.	2	0
o	Comunicação Pública	BÁSICA	DUARTE, Jorge (org.). Comunicação pública. São Paulo: Atlas, 2007.	5	1
o	Comunicação Pública	BÁSICA	FOSSATI, Nelson Costa. Gestão da comunicação na esfera pública. Porto Alegre: Sulinas, 2006.	5	0
o	Comunicação Pública	BÁSICA	TARGINO, Maria das Graças. Jornalismo cidadão informa ou deforma? Brasília: Ibiact: UNESCO, 2009	3	0
o	Comunicação Pública	COMPLEMENTAR	LARA, Maurício. As sete portas da comunicação pública. Belo Horizonte: Gutemberg, 2007.	0	0
o	Comunicação Pública	COMPLEMENTAR	LIMA, Maria de Fátima. No fio de esperança: políticas públicas de comunicação e tecnologia da informação e da comunicação. Maceió: EDUFAL, 2007.	0	1
o	Comunicação Pública	COMPLEMENTAR	OLIVEIRA, Maria Jose da Costa. Comunicação Pública. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.	3	0
o	Cultura Organizacional em redes informacionais	BÁSICA	FREITAS, Maria Ester de. Cultura organizacional: identidade, sedução e carisma. Rio de Janeiro: FGV, 2005.	7	0
o	Cultura Organizacional em redes informacionais	BÁSICA	FREITAS, Maria Ester de. Cultura organizacional: formação, tipologia e impactos. São Paulo: Makron, McGraw Hill, 1991.	3	0
o	Cultura Organizacional em redes	BÁSICA	GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para novas mídias. São Paulo: Editora SENAC, 2003.	6	0

	informacionais				
o	Cultura Organizacional em redes informacionais	BÁSICA	MARCHIORI, Marlene (Org.). Faces da cultura e da comunicação organizacional. São Caetano do Sul: Difusão, 2006.	9	1
o	Cultura Organizacional em redes informacionais	COMPLEMENTAR	CAPRIANI, Fabio. Blog corporativo. São Paulo: Novatec Editora, 2008.	0	0
o	Cultura Organizacional em redes informacionais	COMPLEMENTAR	CARVALHO, Carlos Eduardo, RONCHI, Carlos César. Cultura organizacional teoria e prática. Rio de Janeiro: Fundo da Cultura, 2005.	0	0
o	Cultura Organizacional em redes informacionais	COMPLEMENTAR	MUSBURGER, Robert B. Roteiro para mídia eletrônica. Rio de Janeiro: Elsevier Campus, 2008	0	0
o	Estatística Aplicada à Comunicação	BÁSICA	BARBETTA, Pedro Alberto. Estatística aplicada às Ciências Sociais. 7ª edição. Florianópolis: UFSC, 2007.	6	0
o	Estatística Aplicada à Comunicação	BÁSICA	BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A. Estatística básica. 5ª edição. São Paulo: Saraiva, 2002.	111	1
o	Estatística Aplicada à Comunicação	BÁSICA	GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2005	83	1
o	Estatística Aplicada à Comunicação	COMPLEMENTAR	MALHOTRA, Naresh K. Introdução a pesquisa de marketing. São Paulo: Pearce Prentice Hall, 2006.	3	1
o	Estatística Aplicada à Comunicação	COMPLEMENTAR	MATTAR, Fauze N. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2001.	33	1
o	Gestão com Pessoas	BÁSICA	ARAÚJO, Luis César G. de Araújo. Gestão de Pessoas: Estratégias e Integração Organizacional. São Paulo: Atlas, 2006.	0	1
o	Gestão com Pessoas	BÁSICA	BOOG, Gustavo (coord.) e BOOG, Madalena. Manual de Gestão de Pessoas e Equipes. São Paulo: Gente, 2002.	1	0
o	Gestão com Pessoas	BÁSICA	CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.	7	1
o	Gestão com Pessoas	BÁSICA	GIL, A. C. Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.	32	1
o	Gestão com Pessoas	COMPLEMENTAR	CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos: O Capital Humano das	5	1

			Organizações. São Paulo: Atlas, 2004.		
o	Gestão com Pessoas	COMPLEMENTAR	CILETTI, Dorene. Marketing Pessoal. São Paulo: Cengage Learning, 2011.	0	1
o	Gestão com Pessoas	COMPLEMENTAR	MARRAS, Jean Pierre. Administração de Recursos Humanos: do operacional ao estratégico. São Paulo: Futura, 2000.	14	1
o	Gestão com Pessoas	COMPLEMENTAR	MILKOVICH, George T. e BOUDREAU, John W. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Atlas, 1999. VERGARA, S. C. Gestão de Pessoas. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2006.	18	1
o	Gestão com Pessoas	COMPLEMENTAR	CORTEZ, Edmundo Vieira. A Magia do Marketing Pessoal: O segredo das pessoas bem sucedidas. São Paulo: Alaúde, 2004	0	0
o	Gestão com Pessoas	COMPLEMENTAR	VERGARA, S. C. Gestão de Pessoas. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2006.	27	0
o	Gestão de Crise	BÁSICA	DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia. Teoria e Técnica. São Paulo: Atlas, 2002.	10	1
o	Gestão de Crise	BÁSICA	LOPES, Marilene. Quem tem medo de ser notícia? São Paulo: Makron Books, 2000.	1	0
o	Gestão de Crise	BÁSICA	NEVES, Roberto de Castro. Crises Empresariais com a opinião pública. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.	3	0
o	Gestão de Crise	COMPLEMENTAR	AUGUSTINE, Norman R. Como lidar com as crises – Os segredos para prevenir e solucionar situações críticas. Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.	0	0
o	Gestão de Crise	COMPLEMENTAR	BARBEIRO, Heródoto. Mídia Training. Como usar a imprensa a seu favor. São Paulo: Saraiva, 2008.	5	1
o	Gestão de Crise	COMPLEMENTAR	BUCCI, Eugênio. Sobre Ética e Imprensa. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.	3	0
o	Gestão de Crise	COMPLEMENTAR	BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa. São Paulo, Editora Manole, 2003	7	0
o	Gestão de Crise	COMPLEMENTAR	FORNI, J. J. A Síndrome do 11 de setembro. In Revista Universitas Uniceub, Brasília:Uniceub, 2004.	0	1
o	Gestão de Crise	COMPLEMENTAR	THOMPSON, J.B. O escândalo político – poder e visibilidade na era da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.	0	0

o	Governança Corporativa	BÁSICA	BENEDICTO, Gideon Carvalho de; CALIL, Jose Francisco; SILVA FILHO, Candido Ferreira da (Orgs.). Ética, responsabilidade social e governança corporativa. São Paulo: Alínea, 2008.	5	0
o	Governança Corporativa	BÁSICA	MARINI, Caio; MARTINS, Humberto Falcão. Guia de governança para resultados na administração pública. São Paulo: Publix, 2010.	0	0
o	Governança Corporativa	BÁSICA	MATIAS-PEREIRA, José. Governança no setor público. São Paulo: Atlas, 2010.	6	0
o	Governança Corporativa	COMPLEMENTAR	MELLO, Gilmar Ribeiro de; TAVARES FILHO, Francisco; MACEDO, Fabrício de Queiroz; SLOMSKI, Valmor (Orgs.). Governança corporativa e governança na gestão Pública. São Paulo: Atlas, 2008.	1	0
o	Governança Corporativa	COMPLEMENTAR	WATSON, Gregory H. BERTIN, Marcos E. J. Governança corporativa excelência e qualidade no topo. São Paulo: Qualitymark, 2007.	0	0
o	Libras	BÁSICA	CAPOVILLA, Fernando César; RAPHAEL, Walkíria Duarte. Dicionário enciclopédico ilustrado trilingue da língua desiniais brasileira: libras. São Paulo, SP: EDUSP, 2001.	8	0
o	Libras	BÁSICA	FERREIRA, Lucinda. Por uma gramática em língua de sinais. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2010. 273p. ISBN: 8528200698.	10	1
o	Libras	BÁSICA	QUADROS, Ronice Müller de; KARNOPP, Lodenir Becker. Língua de sinais brasileira: estudos linguísticos. Porto Alegre: Artmed, 2004. 221p. ISBN: 9788536303086.	42	1
o	Libras	COMPLEMENTAR	CAPOVILLA, Fernando César. RAPHAEL, Walkiria Duarte. Enciclopédia da Língua de Sinais Brasileira: O mundo do surdo em Libras. Vol. 2, Edusp, 2004.	22	0
o	Libras	COMPLEMENTAR	FARIA, Evangelina Maria Brito de e ASSIS, Maria Cristina de. (Orgs.) Língua portuguesa e LIBRAS: teorias e práticas. Vol. 5. João Pessoa: Editora da UFPB, 2012	2	0
o	Libras	COMPLEMENTAR	FREIRE, Paulo . Pedagogia da autonomia: saberes necessários a prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2004.	155	0
o	Liderança e Trabalho em Equipe	BÁSICA	FLEURY, Afonso; FLEURY, Maria Tereza. Estratégias empresariais e formação de competências. São Paulo: Atlas, 2001.	5	0
o	Liderança e Trabalho em	BÁSICA	FLEURY, Maria Tereza. Gestão estratégica do conhecimento. São	14	1

	Equipe		Paulo: Atlas, 2001.		
o	Liderança e Trabalho em Equipe	BÁSICA	GRAMIGNA, Maria Rita. Modelo de competências e gestão de talentos. São Paulo: Makron Books, 2002.	10	1
o	Liderança e Trabalho em Equipe	BÁSICA	ROBBINS, S. P. Comportamento Organizacional. 11a. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.	27	0
o	Liderança e Trabalho em Equipe	BÁSICA	WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. O corpo fala: A linguagem silenciosa da comunicação não-verbal. Petrópolis: Vozes, 2009.	15	0
o	Liderança e Trabalho em Equipe	COMPLEMENTAR	DUTRA, Joel de Souza (Org.). Gestão por competências. São Paulo: Gente, 2002.	2	0
o	Liderança e Trabalho em Equipe	COMPLEMENTAR	FINLEY, Michael; ROBBINS, Harvey. O Líder Acidental. São Paulo: Pearson, 2004.	0	1
o	Liderança e Trabalho em Equipe	COMPLEMENTAR	GAHAGAN, Judy. Comportamento interpessoal e de grupo. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.	6	0
o	Liderança e Trabalho em Equipe	COMPLEMENTAR	GOLEMAN, Daniel. Inteligência social: o poder das relações humanas. Tradução Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Editora Campus/Elsevier, 2006.	0	0
o	Liderança e Trabalho em Equipe	COMPLEMENTAR	MINICUCCI, Agostinho. Relações humanas: psicologia das relações interpessoais. São Paulo: Atlas, 2001.	11	1
o	Liderança e Trabalho em Equipe	COMPLEMENTAR	WERTHER Jr, William B; DAVIS, Keith. Administração de pessoal e recursos humanos. São Paulo: McGrawhill, 1983.	9	0
o	Liderança e Trabalho em Equipe	COMPLEMENTAR	WARAT, Luis Alberto. O ofício do mediador. Florianópolis: Habitus, 2001.	0	0
o	Liderança e Trabalho em Equipe	COMPLEMENTAR	WEIL, Pierre. Relações humanas na família e no trabalho. Petrópolis: Vozes, 2005.	8	0
o	Marketing Cultural	BÁSICA	BRANT, Leonardo. Mercado cultural: panorama crítico e guia prático para gestão e captação de recursos. 4a ed. São Paulo, Escrituras Editora/Instituto Pensarte, 2004.	0	0
o	Marketing Cultural	BÁSICA	CESNIK, Celso. Guia do incentivo à cultura. São Paulo: Editora Manole, 2002.	2	1
o	Marketing Cultural	BÁSICA	COELHO, Teixeira. Dicionário crítico de política cultural. São Paulo,	6	0

			Editora Iluminuras, 1997.		
o	Marketing Cultural	BÁSICA	MACHADO NETO, Manoel Marcondes. Marketing cultural: das práticas à teoria. Rio de Janeiro, Editora Ciência Moderna, 2002.	6	0
o	Marketing Cultural	BÁSICA	PEREZ, Clotilde; BAIRON Sergio. Comunicação e Marketing. São Paulo: Futura, 2002.	0	0
o	Marketing Cultural	COMPLEMENTAR	ARMANI, Domingos. Como Elaborar projetos? Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.	4	0
o	Marketing Cultural	COMPLEMENTAR	FISCHER, Micky. Marketing cultural. São Paulo, Global Editora, 2002.	0	0
o	Marketing Cultural	COMPLEMENTAR	INSTITUTO CULTURAL CIDADE VIDA. Perfil de empresas patrocinadoras: 50 dicas de marketing cultural. Rio de Janeiro: Record, 2003.	0	0
o	Marketing Cultural	COMPLEMENTAR	FREITAS DA COSTA, Ivan. Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca. São Paulo, Editora Atlas, 2004.	0	0
o	Relações Públicas para o Turismo	BÁSICA	BARRETTO, Margarita. Planejamento responsável do turismo. Campinas: Papirus, 2005	5	0
o	Relações Públicas para o Turismo	BÁSICA	BARRETTO, Margarita; BURGOS, Raul; FRENKEL, David. Turismo, políticas públicas e relações internacionais. Campinas: Papirus, 2003.	1	0
o	Relações Públicas para o Turismo	BÁSICA	NIELSEN, Christian. Turismo e mídia: o papel da comunicação na atividade turística. São Paulo: Contexto, 2002.	5	0
o	Relações Públicas para o Turismo	COMPLEMENTAR	BEZERRA, Deise Maria Fernandes. Planejamento e gestão em turismo. São Paulo: Rocca, 2003.	0	0
o	Relações Públicas para o Turismo	COMPLEMENTAR	COSTA, Flavia Roberta. Turismo e patrimônio cultural. São Paulo: SENAC, 2009.	5	0
o	Relações Públicas para o Turismo	COMPLEMENTAR	SIQUEIRA, Deis. História social do turismo. Brasília: Garamond, 2005.	2	0
o	Relações Públicas para o Turismo	COMPLEMENTAR	TOMAZZONI, Edegar Luis. Turismo e desenvolvimento regional dimensões, elementos e indicadores. Bauru: Edusc, 2009.	1	0
o	Sociologia do Trabalho	BÁSICA	ANTUNES, Ricardo. Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2009.	20	0
o	Sociologia do Trabalho	BÁSICA	GIDDENS, Anthony. Sociologia. Porto Alegre: Artmed, 2006.	51	1

o	Sociologia do Trabalho	BÁSICA	MARTINS, Carlos Benedito, O Que é Sociologia. São Paulo: Brasiliense, 2006,	75	0
o	Sociologia do Trabalho	BÁSICA	ROCHA, Everardo P. Guimarães. O que é etnocentrismo. 11. ed. São Paulo: Brasiliense., 1994. 96 p.	19	0
o	Sociologia do Trabalho	COMPLEMENTAR	ALBORNOZ, Suzana. O que é trabalho. 9ª edição. São Paulo: Brasiliense, 2012.	35	0
o	Sociologia do Trabalho	COMPLEMENTAR	LARAIA, Roque de Barros, 1932. Cultura: um conceito antropológico. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge "Zahar" Editora, 2001.	28	0
o	Sociologia do Trabalho	COMPLEMENTAR	SENNETT, Richard. A corrosão do caráter : as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 1999. 204p.	10	0

3.2 Últimas aquisições do acervo

Lista-se nesta seção as aquisições mais recentes do acervo, como descritas na tabela 2 a seguir:

Tabela 2: Listagem das referências bibliográficas das últimas aquisições no acervo

BIBLIOGRAFIA ADQUIRIDA	FÍSICO	VIRTUAL
KUNSCH, Margarida Maria Krohling, OLIVEIRA, Ivone de Lourdes (Org.). A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações. São Caetano do Sul, SP :Difusão Editora,2009.	5	1
NEDER, Henrique. Amostragem em pesquisas socioeconômicas.1 Campinas-SP: C/Arte,2008.	5	0
MAFEI, Maristela. Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia. São Paulo:contexto ,2004.	5	1
DANTAS, Edmundo Brandão.Atendimento ao público nas organizações. São Paulo :Senac,2004.	5	0
ARMANI, D. Como elaborar projetos? Guia Prático para Elaboração e Gestão de Projetos Sociais. Porto Alegre :Tomo ,2002.	4	0
OLIVEIRA, Maria Marly de. Como fazer pesquisa qualitativa. Petrópolis :Vozes,2007 2016.	5	0
PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação e empresarial. 8 Campinas, SP : C/Arte,2010 2015.	5	0

BIBLIOGRAFIA ADQUIRIDA	FÍSICO	VIRTUAL
CORRÊA, Roberto. Contato imediato com planejamento de propaganda (Planejamento de propaganda).11 São Paulo : C/Arte,1990 2013.	5	0
MARTINS, Plínio, ROLLEMBERG, Marcello. Edusp um projeto gráfico (Edusp: Um Projeto Editorial).2001 São Paulo : Ateliê Editorial,.	5	0
YIN, Robert K. Estudos de casos: planejamento e métodos. Porto Alegre : Bookman,2010 2015.	5	0
LEWICKI, Roy L., SAUDERS, David M., MINTON, John W. Fundamentos da negociação.2.ed. Porto Alegre : Bookman,2002 2014.	5	1
BURBRIDGE, R. Marc; COSTA, Sergio Freitas; LIMA, Jose Guilherme de Heráclito et alli. Gestão de negociação: como conseguir o que se quer sem ceder o que não se deve.2 São Paulo :Saraiva,2007.	5	0
LUZ, Ricardo. Gestão do clima organizacional. Rio de Janeiro:Qualitymark,2014 2005.	5	0
NEVES, Roberto de Castro. Imagem empresarial.3.ed. Rio de Janeiro:Mauad,1998.	5	0
MALHOTRA, Naresh k.Introdução a pesquisa de marketing. São Paulo :Pearson,2006.	5	1
MOYSÉS, Carlos Alberto.Língua portuguesa: atividades de leitura e produção de textos.3.ed. São Paulo :Saraiva,2009 2016.	5	0
ALVES, Márcia Nogueira; FONTOURA, Mara; ANTONIUTTI, Cleide Luciane.Mídia e produção audiovisual: uma introdução. Curitiba :Ibplex,2008 2012.	5	1
HOBSBAWM, E. Mundos do trabalho : Novos estudos.2.ed. Rio de Janeiro :Paz e Terra,1988 2015.	5	0
MELLO, José Carlos Martins de. Negociação baseada em estratégia.3.ed. São Paulo:Atlas,2012.	5	0
LEÃO, Lucia (Org.).O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias São Paulo:Senac,2005.	5	0
NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. O mercado da cultura em tempos (pós) modernos. Santa Maria :UFSM,2000.	5	0
BAER, Lorenzo.Produção gráfica : DO PROJETO AO PRODUTO.6.ed. São Paulo :Senac,2007.	5	0
GALIMBERTI, Umberto. Psiche e techne: o homem na idade da técnica. São Paulo :Paulus,2006.	5	0
MEDEIROS, João Bosco. Redação empresarial.. 7.ed. São Paulo :Atlas,2010.	5	1
KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (Orgs.). Relações Públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo :Summus,2007.	5	0
KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.).Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas. São Caetano do Sul, SP :Difusão Editora,2009.	5	1

BIBLIOGRAFIA ADQUIRIDA	FÍSICO	VIRTUAL
NASSAR, Paulo. Relações públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações. 3.ed. Rio de Janeiro: Difusão Editora (SENAC RJ), 2012.	5	0
VIEIRA, Roberto Fonseca. Relações públicas: opção pelo cidadão. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.	5	0
DALLA COSTA, Rosa Maria Cardoso. Teoria da comunicação na Americana Latina: da herança cultural à uma identidade própria. Curitiba : UFPR, 2006.	5	0
WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. 4.ed. São Paulo : Martins Fontes, 2012.	5	0
Jorge Miklos. Cultura e desenvolvimento local: Ética e comunicação comunitária. 1 ed. São Paulo : Érica, -.	7	1
Nadia Solange Schmidt Bassi, Moises Francisco Farah Júnior, Antonio Gonçalves de Oliveira, Ivan Carlos Vicentin, Maria Lucia Figueiredo Gomes de Meza. Políticas públicas e desenvolvimento local: Instrumentos e proposições de análise para o Brasil. 1 ed. Petrópolis, RJ : Vozes, -.	2	0
Kotler, Kartajaya & Setiawan. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. 1 ed. Rio de Janeiro : Sextante, -.	7	0
Henry Jenkins. Cultura da Convergência. 2 ed. São Paulo : Aleph, -.	7	0
FERREIRA, Jairo (Org.). Cenários, teorias e epistemologias da comunicação. Rio de Janeiro : E-papers, 2007.	5	0

3.3 Últimas solicitações de aquisição de acervo efetuadas pelo Curso para a biblioteca e a situação do processo de aquisição desta bibliografia

Lista-se nesta seção as bibliografias solicitadas para aquisição junto à biblioteca:

1. ADLER, Ronald B.; TOWNE, Neil. Comunicação interpessoal. Rio de Janeiro: Editora LTC, 2002.
2. ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores – Panorama 2008, Disponível em: <http://www.anprotec.org.br/anprotec.htm>
3. ARMANI, Domingos. Como Elaborar projetos? Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.
4. AUGUSTINE, Norman R. Como lidar com as crises – Os segredos para prevenir e solucionar situações críticas. Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.
5. AUGUSTO, Luísa. Relações Públicas e Turismo: Media digitais e formação da imagem do destino. Universidade Beira do Interior. Coimbra: Editora LabCom, 2016.
6. BARBEIRO, Heródoto. Mídia Training. Como usar a imprensa a seu favor. São Paulo: Saraiva, 2008.
7. BEGHIN, N. A Filantropia empresarial. Nem caridade, nem direito. São Paulo: Cortez, 2005.
8. BRANT, Leonardo. Mercado cultural: panorama crítico e guia prático para gestão e captação de recursos. 4a ed. São Paulo, Escrituras Editora/Instituto Pensarte, 2004.
9. CAPPELLIN, P.; GIULIANI, G.; MOREL, R.L.; PESSANHA, E. As organizações empresariais face à responsabilidade social das empresas no Brasil. Relatório de Pesquisa. Rio de Janeiro: IBASE e UFRJ, 2000.
10. CIPRIANI, Fábio. Estratégia Em Mídias Sociais: Como Romper o Paradoxo Das Redes Sociais e Tornar a Concorrência Irrelevante.. Elsevier - Campus. 2016
11. COELHO, J.G; BULHÕES, M. (Org.) Corpo e Cultura: Múltiplos Olhares. Editora Cultura Acadêmica, São Paulo, 2009.
12. COSTA, Ivan Freitas do Marketing Cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção da marca. São Paulo: Atlas, 2004.
13. CRITCHEY, R. K. Reavaliando sua carreira: um guia prático para o bom encaminhamento de sua carreira nos diferentes estágios da vida. Tradução de Isabel de Paula e Silva Corrêa. Rio de Janeiro: Campus, 2002
14. DA PEREIRA, Adriana C.; SILVA, Gibson Zucca; CARBONARI, Maria Elisa E. Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente. Editora Saraiva, 2011. E-book. ISBN 9788502151444. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502151444/>. Acesso em: 03 out. 2022.
15. DEHEINZELIN, Lala. Economia Criativa e Empreendedorismo Cultural. Trabalho apresentado no II ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, realizado de 03 a 05 de maio de 2006, na Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil.
16. DI FELICE, Massimo. Net-Ativismo: da ação social para o ato conectivo. São Paulo: Paulus Editora, 2017.
17. DOTY, Dorothy I. - Divulgação Jornalística & Relações Públicas, A Comunicação Empresarial na Prática, Cultura Editores

- Associados, 1995, São Paulo.
18. DRUMOND, Alessandra; CUNHA, Maria Helena; SANTANA, Richard (org.). Competências criativas. Belo Horizonte. Instituto Uma de Responsabilidade Social e Cultural, 2016.
 19. DUISENBERG, Edna dos Santos. A Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável? In: REIS, Ana Carla Fonseca (org.). Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
 20. FIRJAN, A cadeia da Indústria Criativa no Brasil, 2008. Disponível em:
<http://www.firjan.org.br/main.jsp?lumItemId=2C908CE9215BoDC40121737B1C8107C1&lumPageId=2C908CE9215BoDC40121793770A2082A>
 21. FISCHER, Micky. Marketing cultural. São Paulo, Global Editora, 2002.
 22. FORNI, João José. Gestão de Crises e Comunicação. 3ª edição. Atlas. 2019
 23. FRANCISCHINI, Andresa S.N. Indicadores de desempenho. Alta Books, 2017.
 24. FREITAS DA COSTA, Ivan. Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca. São Paulo, Editora Atlas, 2004.
 25. GARCIA, MARIA TEREZA. A arte de se relacionar com a imprensa. São Paulo, Novatec Ed. 2003
 26. GEERTZ, Clifford. Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: A interpretação das culturas. RJ. LTC, 1989
 27. GOHN, M.G. O protagonismo da sociedade civil. Movimentos sociais, ONGs e redes solidárias. São Paulo: Cortez Editora, 2005.
 28. GOLEMAN, Daniel. Inteligência social: o poder das relações humanas. Tradução Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Editora Campus/Elsevier, 2006.
 29. HALL, Michael; COOPER, Chris; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo Contemporâneo. São Paulo. Elsevier, 2011.
 30. HALVORSON, Kristina. Estratégia de Conteúdo para a Web. Altabooks,. 2010
 31. humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.
 32. INSTITUTO CULTURAL CIDADE VIDA. Perfil de empresas patrocinadoras: 50 dicas de marketing cultural. Rio de Janeiro: Record, 2003.
 33. INSTITUTO ETHOS. Instituto Ethos Reflexão - Diálogo e ética nas organizações, por Rafael Echeverría. São Paulo: Instituto Ethos, ano 5, no. 13, out.2004.
 34. JUE, L. A.; MARR, J. A.; KASSOTAKIS, M. E. Mídias sociais nas empresas: Colaboração, inovação, competitividade e resultados, Évora, nov. 2017.
 35. LARA, Maurício. As sete portas da comunicação pública. Belo Horizonte: Gutemberg, 2007.
 36. LEIRNER, P. C. O Brasil no espectro de uma guerra híbrida: militares, operações psicológicas e política em uma perspectiva etnográfica. Editora Alameda, 2020.
 37. LEISINGER, K.M. & SCHMITT, K. Ética empresarial: responsabilidade global e gerenciamento moderno. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
 38. LIMA, Maria de Fátima. No fio de esperança: políticas públicas de comunicação e tecnologia da informação e da comunicação. Maceió: EDUFAL, 2007.v

39. LORENZON, GILBERTO. Manual de Assessoria de Imprensa. Campos de Jordão. Ed. Mantiqueira, 2003
40. LUCAS, Luciane. (Org.) Media Training. Como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa. São Paulo: Summus Editorial, 2007
41. MARINI, Caio; MARTINS, Humberto Falcão. Guia de governança para resultados na administração pública. São Paulo: Publix, 2010.
42. MUSBURGER, Robert B. Roteiro para mídia eletrônica. Elsevier Campus. 2008
43. NOGUEIRA, Nemércio -Media Training, São Paulo, Cultura Editores Associados, 1999.
44. PEREZ, Clotilde; BAIRON Sergio. Comunicação e Marketing. São Paulo: Futura, 2002.
45. PHILLIPS DO BRASIL . . Matos Heloiza e Haddad, Ana Valéria. Manual da Fonte. São Paulo, 2002
46. POYARES, Walter. Imagem pública: glória para uns, ruína para outros. 2. ed. São Paulo: Globo, 1998.
47. PRADO, Elisa. Gestão de Reputação: riscos, crise e imagem corporativa. Aberje Editorial, 2020.
48. REIS, Ana Carla Fonseca. Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
49. REIS, Ana Carla Fonseca. Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável, Brochura, 2006.
50. REIS, Ana Carla Fonseca. Marketing cultural e financiamento da cultura. . Thompson. 2003
51. ROSA, Mário. A reputação na velocidade do pensamento: imagem e ética na era digital. São Paulo: Geração Editorial, 2006
52. ROSENBERG, Marshall B. Comunicação não-violenta: técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais. São Paulo: Editora Ágora, 2006.
53. SÀ LEITÃO, Sérgio. Economia Criativa: Novo Front de desenvolvimento para o Rio, 2009.
54. SCHULER, Maria. Gestão da Imagem de Organizações, Marcas e Produtos: método para configuração de imagem. Editora Atlas, 2015
55. SODRÉ, Muniz. A sociedade incivil: mídia, liberalismo e finanças. Petrópolis: Editora Vozes, 2021. 271 p. ISBN 9786557130124
56. TOSI, Maria Raineldes. Planejamento, Programas e Projetos. Alínea, 2008.
57. WARAT, Luis Alberto. O ofício do mediador. Florianópolis: Habitus, 2001
58. WATSON, Gregory H. BERTIN, Marcos E. J. Governança corporativa excelência e qualidade no topo. São Paulo: Qualitymark, 2007.
59. YANAZE, Mitsuru Higuchi; FREIRE, Otávio Freire; SENISE, Diego Senise. Retorno de investimentos em comunicação: avaliação e mensuração. 2º edição. São Paulo: Difusão Editora, 2018. 614 p. ISBN: 9788578083328.
60. YÚDICE, George. A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. [2002].
61. ZARDO, Julia - “Do Negócio da Cultura à Cultura dos Negócios, um guia para planejamento e gestão”. Incubadora Cultural Gênese, 2005.
62. ZUBOFF, Shoshana. A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro.

4. Parecer

O acervo físico para o Curso de Relações Públicas está disponível em duas unidades: a biblioteca central e a biblioteca setorial. As duas unidades possuem seções para a área de Relações Públicas, que atendem às disciplinas específicas, além da seção de comunicação, relativas às disciplinas básicas. O acervo físico está tombado e pode ser consultado por sistema informatizado (SIGAA). O acervo para a bibliografia básica é adequado em relação às unidades curriculares e aos conteúdos descritos no PPC, mas está sendo atualizado, considerando que, as demandas profissionais se atualizam constantemente e que, o Curso passa por um período de transição para a aprovação de um novo PPC. Conforme o Relatório de Adequação Bibliográfica realizado em 2021, a relação entre o número de vagas autorizadas pelo curso (45 vagas por ano) e o acervo físico ainda é deficitária. Porém, acredita-se que com a aprovação do novo PPC e as futuras aquisições as quais já se tem listadas e em processo de requisição, esta relação tende a se equilibrar. Contudo, esse déficit pode ser superado pelo acervo virtual, o mesmo é disponibilizado de forma ininterrupta, pelo mesmo sistema da biblioteca física, ou seja, registrado pela UFPB. Assim, a comunidade acadêmica conta com acesso irrestrito, dentro e fora da rede da UFPB, a uma gama de conteúdos digitais nos suportes como: ebooks, periódicos, Normas Brasileiras (NBR) da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), monografias, TCCs e relatórios de Conclusão de Curso, Dissertações e Teses. As plataformas disponíveis são: Minha Biblioteca, DotLib (Atheneu e Cochrane), Target GEDWeb-Normas Técnicas, Pearson, Ebook Central, E-Volution, Research Library, Portal de Periódicos da Capes, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), Repositório Eletrônico Institucional (REI) da Universidade Federal da Paraíba e Editora do Centro de Comunicação, Turismo e Artes da UFPB. Ainda no tocante à inclusão informacional/digital/social, a conexão à Internet para acesso ao acervo virtual pode acontecer de duas formas: cabeada ou sem fios. A primeira opção é possível através dos pontos sobressalentes de conexões disponíveis em todas as salas de aula e laboratórios do CCTA e podem ser livremente usadas por docentes e discentes. A segunda alternativa pode ser obtida por meio das redes “UfpbSemFios” ou “eduroam”, utilizando para tanto, as credenciais que vinculam o discente ou docente à UFPB.

A avaliação do acervo bibliográfico disponível teve como principal objetivo obter um panorama concreto das condições materiais e técnicas para o desenvolvimento do PPC. Os dados discutidos e compilados permitiram a averiguação do nível de

compatibilidade das bibliografias, em termos de quantidades, com o número de discentes do curso. Neste sentido, após exaustivo levantamento do conteúdo bibliográfico de obras físicas e virtuais, construímos a seguinte tabela:

Tabela 1: Obras físicas e virtuais em relação ao PPC, componentes curriculares e discentes

Nº de obras indicadas no PPC	Nº de exemplares físicos	Nº de obras com ao menos um exemplar físico	Percentual de obras físicas (únicas) em relação ao PPC	Nº de obras virtuais	Percentual de obras virtuais em relação ao PPC	Nº de obras não encontradas (física ou virtualmente)
395	6222	295	75%	81	21%	81

Percentual de cobertura bibliográfica do PCC	Percentual de obras virtuais em relação às obras físicas	Média de obras físicas (únicas) por componente curricular (80)	Média de obras físicas (total) por componente curricular (80)	Média de obras virtuais por componente curricular (80)	Média de obras físicas (únicas) por discente ativo (240)	Média de obras físicas (total) por discente ativo (240)
79,5%	27%	3,7	76,8	1,0	1,2	25,9

Em termos gerais, constatou-se que, apesar da ausência de exemplares (físicos ou virtuais) das obras do PPC, detectamos que o referencial bibliográfico está acessível aos discentes em cerca de 80% dos títulos. Outro ponto que consideramos bastante positivo é o fato de que a proporção de obras virtuais em relação às físicas é uma em cada quatro títulos. Já a proporção de títulos únicos físicos em relação ao PPC é de 75%, o que consideramos relevante também destacar.

Por fim, vale apontar que possuímos uma média de 3,7 títulos físicos e 1,0 título virtual por componente curricular, e uma média de 1,2 obra física (única) por discente ativo e 25,9 obras físicas por estudante do curso, o que pode ser visto como uma situação favorável.

Este relatório foi aprovado em reunião do NDE do curso de Relações Públicas no dia 19 de maio de 2023.

Prof. André Luiz Dias França

Profa. Caroline Delevati Colpo

Prof. Fellipe Sá Brasileiro

Profa. Jamile Miriã Fernandes Paiva

Profa. Maria Livia Oliveira Pachêco

Profa. Patrícia Moraes de Azevedo