



**GRUPO PROJEÇÃO
UNIPROJEÇÃO – CAMPUS I
BIBLIOTECA**

ACERVO GERAL

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

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

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

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

A bibliografia indicada nos planos de ensino é oriunda do Projeto Pedagógico do Curso, portanto, nenhuma obra pode ser indicada no plano de ensino se não constar no respectivo PPC. Aos professores, durante as reuniões periódicas, a Coordenação

de Curso oportuniza a indicação de novas obras, que somente após a aquisição, catalogação e disponibilização no acervo físico e/ou digital da biblioteca da Instituição; e após a devida inserção no ementário do PPC, poderão ser indicados nos planos de ensino das componentes curriculares.

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

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

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

ACERVO DE LIVROS DO CURSO DE MARKETING

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

ACERVO DE LIVROS

AAKER, David A.; JOACHIMSTHARLER, Erich. Como construir marcas líderes. Trad. Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2007.

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

ALEXY, Robert; SILVA, Virgílio Afonso. Teoria dos direitos fundamentais. São Paulo: Malheiros, 2011.

ALMEIDA, Fernando. Experiências empresariais em sustentabilidade. Cidade: Elsevier, 2009.

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

ANDERSON, Rolph E.; HAIR Jr., Joseph F.; TATHAM, Ronald L. Análise multivariada de dados. Porto Alegre: Bookman, 2005.

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

ARAÚJO, Nádia de; e ALMEIDA, Guilherme Assis de. O direito internacional dos refugiados: uma perspectiva brasileira. Rio de Janeiro: Renovar, 2010.

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

BALLESTERO-ALVAREZ, Maria Esmeralda. Manual de organização, sistemas e métodos: abordagem teórica e prática da engenharia da informação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BALLOU, Ronald H. Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física; tradução Hugo T. Y. Yoshizaki. São Paulo: Atlas, 2011.

BARBIERI, José Carlos. *Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos*. São Paulo: Saraiva, 2011

BARQUETTE, Stael. Pesquisa de marketing. São Paulo Saraiva 2007.

BARTHES, R. *O prazer do texto*. Tradução Jacob Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BATEMAN, Thomas S. Administração: construindo vantagens competitivas. São Paulo: Atlas, 2011.

BAUMAN, Zygmunt & MAY, Tim. *Aprendendo a pensar com a sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BAUTZER, Deise. *Inovação: repensando as organizações*. São Paulo: Atlas, 2009.

BELCH, G. E.; BELCH, M. A. *Propaganda e promoção: uma perspectiva da comunicação integrada de marketing*. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

BENDLE, Neil T.; PFEIFER, Phillip E. *Métricas de marketing*. 2. ed. Porto Alegre:

BERNARDI, Luiz Antônio. *Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas*. São Paulo: Atlas, 2011.

BOBBIO, Norberto. *O futuro da Democracia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

BOBBIO, Norberto. *Estado, governo e sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

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

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

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

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

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

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

BRUNI, Adriano L. *Estatística aplicada à gestão empresarial*. São Paulo: Atlas, 2011.

BUSSAB, Wilton de Oliveira; MORETTIN, Pedro Alberto. *Estatística Básica*. 5ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

CAIXETA FILHO, José Vicente; MARTINS, Ricardo Silveira. *Gestão logística do transporte de cargas*. São Paulo: Atlas, 2009.

CARVALHO, Marly Monteiro de; RABECHINI JR, Roque. *Fundamentos em gestão de projetos: construindo competências para gerenciar projetos*. São Paulo: Atlas, 2011.

CASTRO, Luciano Thomé e. Administração de vendas planejamento, estratégia e gestão. São Paulo Atlas 2005.

CASTRO, Luciano Thomé e; NEVES, Marcos Fava. Administração de vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2008.

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

CAXITO, Fabiano. Logística um enfoque prático. São Paulo Saraiva 2014.

CHAGAS, Edilson Enedino das. Direito empresarial esquematizado. LENZA, Pedro (Coord.). 3. ed.. São Paulo, Saraiva, 2016.

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

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

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, Paul J. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva 2000.

COBRA, Marcos. Administração de marketing. São Paulo: Atlas 2011.

COELHO, Fabio Ulhoa. Curso de direito comercial: direito de empresa. Vol. I. São Paulo: Saraiva, 2016.

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

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

CORRÊA, Roberto Lobato. Planejamento de Propaganda. São Paulo: Global, 10^a ed., 2008.

COSTA, Filipe Campelo Xavier da; KLÖPSCH, Cássia. Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.

COSTA, Giovani Gláucio de Oliveira. Curso de estatística básica. São Paulo Atlas 2015.

COSTA, Maria Cristina Castilho. *Sociologia: introdução à ciência da sociedade*. São Paulo. Moderna, 2010.

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

CRAVENS, D. W.; PIERCY, N. F. *Marketing estratégico*. 8. ed. São Paulo: McGrawHill, 2007.

CROCCO, Luciano. *Marketing: perspectivas e tendências*. São Paulo Saraiva 2006.
GIULIANI, Antônio Carlos. *Marketing contemporâneo: novas práticas de gestão*. São Paulo Saraiva 2006.

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

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

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

DEMO, Gisela. (org.) *Marketing de relacionamento & comportamento do consumidor: estado da arte, produção nacional, novas medidas e estudos empíricos*. São Paulo: Atlas 2015.

DEMO, Gisela. *Marketing de relacionamento (CRM): estado da arte e estudo de casos*. São Paulo: Atlas 2008.

DIAS, Marco Aurélio P. *Administração de materiais: uma abordagem logística*. São Paulo: Atlas, 2007.

DIAS, Sergio Roberto. *Pesquisa de mercado*. São Paulo Saraiva 2007.

DIMENSTEIN, Gilberto. *Democracia em pedaços: Direitos Humanos no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

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

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

DOWNING, Douglas. *Estatística aplicada*. São Paulo: Saraiva, 2011.

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

DURKHEIM, Émile. *As regras do método sociológico*. São Paulo: Editora Martin Claret, 2010.

FALLS, Jason. Guia definitivo de e-mail marketing. São Paulo: Novatec, 2013.

FARRIS, P. W. et al. Métricas de marketing: o guia definitivo de avaliação do desempenho do marketing. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

FAZZIO JÚNIOR, Waldo. Manual de direito comercial. São Paulo: Atlas, 2014.

FERRARI, Flavio. Planejamento e Atendimento: a arte do guerreiro. São Paulo: Loyola, 5ª ed., 2001.

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

FIGUEIREDO, Kleber Fossati (Org.); FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter Fernandes (Org.). Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento do fluxo de produtos e dos recursos. São Paulo: Atlas, 2009.

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

FISHER, R.; URY, W.; PATTON, B. Como chegar ao sim: a negociação de acordos sem concessões. 2a. Edição. Rio de Janeiro: Imago, 2005.

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

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

FONSECA, Jairon Simon da; MARTINS, Gilberto de Andrade. Curso de Estatística. 6ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GESSER, Audrei. Libras? Que língua é essa? São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2010.

GIULIANI, Antônio Carlos. Marketing contemporâneo novas práticas de gestão. São Paulo Saraiva 2006.

GNERRE, Maurizio. *Linguagem, escrita e poder*. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

GRACIOSO, Francisco. *Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado*. São Paulo: Atlas, 2005.

GRANT, David B. Gestão de logística e cadeia de suprimentos. São Paulo Saraiva 2013.

GREMAUD, Amaury Patrick; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JÚNIOR, Rudinei. *Economia brasileira contemporânea*. São Paulo, SP: Atlas, 2012.

GUIMARÃES, Bernardo; GONÇALVES, Carlos Eduardo. *Economia sem truques*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GUMMESSON, Evert. *Marketing de relacionamento total*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman 2010.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade = The question of cultural indentity. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HAMMS, Ana Paula Ruup. *Sociologia*. Brasília: Projeção, 2014. 157 p. Material didático pedagógico do EAD da Faculdade Projeção.

HARTLINE, Michael D.; FERRELL, O. C. *Estratégia de marketing*. São Paulo: Cengage Learning, 2005.

HISRICH, Robert D. *Empreendedorismo*. Porto Alegre, RS: Bookman, 2007.

HOYLE, Leonard H. *Marketing de eventos*. São Paulo: Atlas, 2003.

IRIGARAY, Hélio Arthur; VIANNA, Alexandre; NASSER, José Eduardo; LIMA, Luiz Paulo Moreira. *Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.

JACCOUD, Luciana; RAFAEL GUERREIRO OSÓRIO; SERGEI SOARES. *Políticas públicas e a desigualdade racial no Brasil: 120 anos após a abolição*. Brasília: IPEA, 2008.

KOCH, I. e ELIAS, V. *Escrever e Argumentar*. São Paulo: Contexto, 2016.

KOCH, I. V.; ELIAS, V. M. *Ler e Escrever: estratégias de produção textual*. São Paulo: Contexto, 2009.

KOTLER, P.; KELLER, K. *Administração de Marketing: a bíblia do marketing*. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

KUAZAQUI, Edmir. *Liderança e criatividade em negócios*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

LACERDA, Cristina Broglia Feitosa de. A inclusão escolar de alunos surdos: o que dizem alunos, professores e intérpretes sobre esta experiência. In: *Cadernos CEDES: Centro de estudos educação e sociedade/ ano: 2006*.

- LAKATOS, E.; MARCONI, M. *Sociologia geral*. São Paulo: Atlas, 2008.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2010.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório. São Paulo: Atlas, 2010.
- LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. 24. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. São Paulo Atlas 2005.
- LAVILLE, Elisabeth. *A empresa verde*. São Paulo: Ôte, 2009.
- LEWICKI, Roy J. Fundamentos de negociação. Porto Alegre: AMGH 2014.
- LUDOVICO, Nelson. Gestão de produção e logística. São Paulo Saraiva 2013.
- LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade: a verdadeira alma do negócio. São Paulo: Cengage, 2ª ed., 2009.
- LUPETTI, Marcélia. Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2007.
- LUPETTI, Marcélia. Planejamento de Comunicação. São Paulo: Futura, 4ª ed., 2004.
- MACHADO FILHO, C.A. P. *Responsabilidade Social e Governança: O Debate e as implicações*. Ed. Thomson, 2006.
- MADRUGA, Roberto. Guia de implementação de marketing de relacionamento e CRM. 2. São Paulo Atlas, 2012.
- MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MALUF, Sahid. *Teoria Geral do Estado*. São Paulo: Saraiva, 2007.
- MAMEDE, Gladston. Manual de direito empresarial. 10. ed.. São Paulo: Atlas, 2014.
- MANKIW, N. Gregory. *Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia: texto básico nas melhores universidades*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- MARTINELLI, D. P, ALMEIDA, A. P. Negociação e solução de conflitos: do impasse ao ganha-ganha através do melhor estilo. São Paulo: Atlas, 1998.
- MARTINS, Gilberto de Andrade. Princípios de estatística. São Paulo Atlas 2012.

MATTAR, Fauze N. Pesquisa de marketing. Ed. Compacta. 5. Ed. São Paulo: Elsevier, 2012.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. *Administração de projetos: como transformar idéias em resultados*. São Paulo: Atlas, 2010.

MCDANIEL, Carl D.; GATES, Roger. Pesquisa de marketing. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

MEGIDO, José Luiz Tejon. *Administração estratégica de vendas e canais de distribuição*. São Paulo: Atlas 2002.

MEREDITH, Jack R. *Administração de projetos: uma abordagem gerencial*. Rio de Janeiro: Atlas, 2002.

MERLO, Edgard Monforte. *Administração de varejo com foco em casos brasileiros*. Rio de Janeiro: LTC 2011.

MOORE, David S. *A estatística básica e sua prática*. Rio de Janeiro LTC 2014.

MORETTIN, Pedro A. *Estatística básica*. São Paulo Saraiva 2008.

MORGAN, Gareth. *Imagens da organização*. São Paulo: Atlas, 2010.

MORRIS, R. *Fundamentos de design de produto*. Porto Alegre: Bookman, 2011.

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

NEGRÃO, RICARDO. *Manual de direito comercial de empresa: teoria geral da empresa e direito societário*. São Paulo: Saraiva, 2013.

NIQUE, Walter. *Pesquisa de marketing: uma orientação para o mercado brasileiro*. São Paulo Atlas 2013.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. *Planejamento estratégico: conceitos, metodologia, práticas*. São Paulo: Atlas, 2012.

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

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

PINHO, Rodrigo César Rebello. *Teoria geral da constituição e direitos fundamentais*. São Paulo: Saraiva, 2010.

PIOVESAN, Flávia. *Direitos humanos e direito constitucional internacional*. São Paulo: Saraiva, 2010.

POZO, Hamilton. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos um enfoque para os cursos superiores de tecnologia. Rio de Janeiro Atlas 2015.

PÚBLIO, Marcelo Abílio. Como Planejar e Executar uma Campanha de Propaganda. São Paulo: Atlas, 2008.

RAMOS, André Luiz Santa Cruz. Direito empresarial esquematizado. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Método, 2014.

REEDY, J.; SCHULLO, S.; ZIMMERMAN, K. Marketing eletrônico: a integração de recursos eletrônicos ao processo de marketing. Porto Alegre: Bookman, 2001.

REIS, Dácio Roberto Dos. Gestão da Inovação Tecnológica. 2ª Ed. São Paulo: Manole, 2007.

REQUIÃO, RUBENS. Curso de direito comercial. 29. ed..São Paulo: Saraiva, 2010.

ROBBINS, Stephen P. Comportamento organizacional. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

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

ROSSETTI, José Paschoal. *Introdução à economia*. São Paulo: Atlas, 2011.
GONÇALVES, Reinaldo. *Economia Aplicada*. São Paulo: FGV, 2012.

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

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

SALIM, César Simões; HOCHMAN, Nelson; RAMAL, Andréa Cecília. *Construindo planos de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso*. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

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

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

SARFATI, Gilberto. Manual de negociação. São Paulo Saraiva 2010.

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

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

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

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

SILVESTRE, Núria; SOUZA, Regina Maria de. Educação de Sujeitos surdos: Pontos e contrapontos. São Paulo: Summus, 2007.

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

SOARES, Magda. *Letramento: um tema em três gêneros*. 3.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

SOARES, Maria Aparecida Leite. A educação de surdos no Brasil. 2.ed. São Paulo: Autores associados, 2005.

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

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

SOUZA, R. M. ; SILVESTRE, N. Educação de Surdos. Summus Editorial, 2007.

STEEL, Jon. A Arte do Planejamento: Verdades, mentiras e propaganda. São Paulo: Campus, 1ª ed.,2006.

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

STRECK, Lenio Luiz. *Ciência política e teoria geral do Estado*. São Paulo: Saraiva, 2013.

STROBEL, Karin Lílian. As imagens do outro sobre a cultura surda. Florianópolis: Editora da UFSC, 2008.

TAJRA, Sanmya Feitosa. Comunicação e negociação: conceitos e práticas organizacionais. São Paulo: Erica, 2014.

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

TEJON, José Luiz. Gestão de vendas os 21 segredos do sucesso. São Paulo Saraiva 2007.

- TELLES, André. A revolução das mídias sociais. São Paulo: M. Books. 2011.
- TIDD, Joe; BESSANT, John. Inovação e empreendedorismo. 4. ed. Porto Alegre:Bookman, 2012.
- Tomazette, Marlon. Curso de Direito Empresarial: teoria geral e direito societário. 7. ed. São Paulo, Atlas, 2016.
- TORRES, Claudio. A bíblia do marketing digital. São Paulo: Novatec, 2009.
- TROTT, Paul. Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos. 4. ed. Porto Alegre: 2012.
- TURCHI, Sandra R. Estratégias de marketing digital e e-commerce. São Paulo: Atlas, 2012.
- TURNER, J. H. *Sociologia: conceitos e aplicações*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.
- VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. Planejamento De Comunicação Integrada - Manual de Sobrevivência Para as Organizações do Século XXI. São Paulo: Summus, 1ª ed., 2009.
- VASCONCELOS, M. A. S. *Economia, micro e macro*. São Paulo: Atlas, 2011.
- VELHO, Gilberto. Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.
- VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 2014.
- VIEIRA, Sônia. Como elaborar questionários. São Paulo: Atlas, 2009.
- VILA NOVA, Sebastião. *Introdução à Sociologia*. São Paulo: Atlas, 2008.
- WEFFORT, Francisco (org.). *Os clássicos da política*. 10. Ed. São Paulo: Ática, 2000 (volumes 1 e 2).
- WONNACOTT, Paul; WONNACOTT, Ronald. *Economia*. São Paulo: Makron Books, 2004.
- YANAZE, Mitsuru Higuchi. *Gestão de marketing: avanços e aplicações*. São Paulo: Saraiva, 2009.

ACERVO DE PERIÓDICOS

COMUNICAÇÃO, MÍDIA E CONSUMO;

DIGITALKS: MARKETING DIGITAL;

MEIO & MENSAGEM. São Paulo: M&M;

LIVE: MARKETING;

OPINIÃO E MÍDIA;

PROPMARK;

REVISTA BRASILEIRA DE INOVAÇÃO;

REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING;

REVISTA BRASILEIRA DE PESQUISA DE MARKETING,

REVISTA BRASILEIRA DE PESQUISA DE MARKETING, OPINIÃO E MÍDIA;

REVISTA DIGITALKS;

REVISTA MARKETING DIRETO;

REVISTA MARKETING;

REVISTA PORTUGUESA DE MARKETING.