



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

BIBLIOGRAFIA - DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - CAR

EDITAL Nº 09/2021-R - Comunicação (CNPq 6.09.00.00-8) / Relações Públicas e Propaganda (CNPq 6.09.04.00-3)

1. BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em propaganda. Summus Editorial, 2004.
2. BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas idéias. Rio de Janeiro. Elsevier, 2010.
3. CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede (A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, v. 1) São Paulo: Paz e Terra, 2000. Tradução de Roneide Venâncio Majer com colaboração de Klauss Brandini Gerhardt, 2004.
4. CHAM, Kim W. A estratégia do Oceano Azul—como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.
5. GABRIEL, Martha. Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias. Novatec Editora, 2010.
6. JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Aleph, 2015.
7. JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. Aleph, 2015.
8. KNAPP, Jake; ZERATSKY, John; KOWITZ, Braden. Sprint: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. Editora Intrínseca, 2017.
9. KOTLER, Philip. Marketing 4.0. Leya, 2018.
10. LONGO, Walter. Marketing e comunicação na era pós-digital: as regras mudaram. Casa Educação-(Casa Educação Soluções Educacionais LTDA), 2015.
11. MARTINUZZO, José Antonio. Os públicos justificam os meios: mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção. Summus Editorial, 2014.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

12. MARTINO, Luis Mauro Sa. Teorias das mídias Digitais. Linguagens, ambientes e redes. Petrópolis, Vozes: 2014.
13. PIERRE LEVY. Cibercultura. Editora 34, 2010.
14. PEREZ, C. & BARBOSA, I. S. (org.). Hiperpublicidade 1: fundamentos e interfaces. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
15. PALACIOS, Fernando. Transmedia storytelling. São Paulo: ESPM, v. 66, 2010.
16. ROWLES, Daniel. Digital Branding: Estratégias, táticas e ferramentas para impulsionar o seu negócio na era digital. Autêntica Business, 2019.
17. SANTA HELENA, Raul; PINHEIRO, Antônio Jorge Alaby. Muito além do merchandising! Como enfrentar o desafio de envolver as novas gerações de consumidores. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
18. SHIRKY, Clay. A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Trad. de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
19. STALIMIR, Vieira. Raciocínio Criativo na Propaganda. São Paulo: Editora Loyola, 2004.
20. XAVIER, Adilson. Storytelling: histórias que deixam marcas. Editora Best Seller, 2015.