

Catálogo da Coleção Sueli Angelica do Amaral

Biblioteca Central da UNIRIO





UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Biblioteca Central

**Catálogo da Coleção
Sueli Angelica do Amaral**

Rio de Janeiro

2024

REITOR

José da Costa Filho

VICE-REITORA

Bruna Silva do Nascimento

BIBLIOTECA CENTRAL

Ana Carolina Costa Carvalho Petroni

EQUIPE TÉCNICA DE ELABORAÇÃO

Marcia Nogueira da Silva

Elizabeth Machado Soares

Durval Vieira Pereira

CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Miguel Luiz de Araujo Ferreira

COLABORADORES

Janaina de Matos Tavares Alves

Luis Gustavo de Miranda

Juliana Barbosa de Oliveira

CURADORIA DA COLEÇÃO SUELI ANGÉLICA DO AMARAL

Maria Marta Magno Calheiros

U58 Universidade Federal do Estado de Rio de Janeiro. Biblioteca Central.
Catálogo da Coleção Sueli Angelica do Amaral / Universidade
Federal do Estado do Rio de Janeiro. Biblioteca Central. –
Rio de Janeiro : UNIRIO, 2024.
1 ebook (57 p.).

ISBN: 978-65-00-96355-7

1. Amaral, Sueli Angelica. 2. Marketing. 3. Marketing de
bibliotecas. 4. Catálogos. I. Universidade Federal do Estado Rio de
Janeiro. II. Título.

CDD – 658.8

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO.....	3
2	PREFÁCIO.....	4
3	INTRODUÇÃO.....	5
4	LIVROS DA COLEÇÃO SUELI ANGELICA DO AMARAL.....	7
5	PERIÓDICOS DA COLEÇÃO SUELI ANGELICA DO AMARAL.....	38
6	PRODUÇÃO INTELECTUAL.....	40
6.1	ARTIGOS DE PERIÓDICOS.....	40
6.2	LIVROS.....	43
6.3	CAPÍTULOS DE LIVROS.....	44
6.4	TRABALHOS COMPLETOS PUBLICADOS EM ANAIS DE CONGRESSOS.....	46
6.5	TRABALHOS APRESENTADOS EM CONGRESSOS.....	52
6.6	RESUMOS PUBLICADOS EM ANAIS DE CONGRESSOS.....	55

1 APRESENTAÇÃO

O termo marketing é muito associado à área de Gestão e Comunicação Social. No entanto, ele se aplica a qualquer campo de estudo dedicado a conhecer o meio ao qual se está inserido. No Brasil, as publicações da professora Sueli Angélica do Amaral contribuíram para introduzir e utilizar as teorias do marketing na fundamentação teórica da Biblioteconomia e Ciência da Informação.

Um diferencial de suas publicações é a aplicação das técnicas de marketing em unidades de informação ou sistemas de bibliotecas, que não visam o lucro como objetivo maior. A autora demonstra como setores não lucrativos também podem se beneficiar do marketing para criar e aperfeiçoar seus serviços e produtos informacionais com base no conhecimento sobre sua comunidade atendida.

A Biblioteca Central da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) teve o privilégio de ser escolhida pela professora Sueli Angélica do Amaral para salvar sua coleção particular de livros e periódicos utilizados para formarem seu pensamento crítico e científico.

A Coleção Sueli Angélica do Amaral propicia reconstruirmos o processo de criação da autora, bem como identificarmos a rede de autores e conceitos que fundamentaram seu lastro acadêmico. Esta coleção se torna importante não apenas por demonstrar o cabedal intelectual da professora, mas também por evidenciar como o campo de Marketing foi introduzido no meio científico e empresarial brasileiro e, principalmente, na Biblioteconomia e Ciência da Informação.

É com grande honra que a Biblioteca Central assume a função de guarda, de divulgação e de disponibilização da Coleção Sueli Angelica do Amaral, que fará parte do acervo memória, localizado na Sala Guilherme Figueiredo, destinada a obras e coleções especiais.

Este catálogo compila o acervo que compõem a referida Coleção. Ele está dividido pela tipologia dos documentos: livros e periódicos, e organizado por ordenação alfabética de autores. Além de ser o primeiro produto técnico de divulgação deste acervo, também poderá ser utilizado para elaboração de pesquisas sobre o tema marketing ou sobre a Professora Sueli Angélica do Amaral.

Prof. Durval Vieira Pereira
DPTD/CCH/UNIRIO

2 PREFÁCIO

ENTRE OS LIVROS

Os livros sempre me encantaram. Desde menina, na minha infância no Rio de Janeiro, os livros exerciam verdadeiro fascínio sobre mim. Quando eu entrava na biblioteca da escola pública que frequentava, era como se eu tivesse aberto a porta do paraíso.

Os livros desta coleção que hoje são incorporadas ao acervo da Biblioteca Central da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO serviram de subsídios para a construção da minha concepção do Marketing da Informação na ótica da Gestão do Conhecimento. Espero que esta coleção possa incentivar a criação de trabalhos semelhantes.

Desfrutem!!

Profa. Sueli Angélica do Amaral

3 INTRODUÇÃO

O REENCONTRO

No ano de 2023 numa manhã primaveril marcamos uma reunião para tratarmos de uma pauta referente ao legado da Profª Drª Sueli Angélica do Amaral e da doação de sua biblioteca para a UNIRIO.

A reunião teve lugar no gabinete da diretoria da Biblioteca Central e contou com a participação da Drª Sueli Amaral, a Bibliotecária Elisete Melo, egressa do curso de bacharelado em Biblioteconomia e do Mestrado Profissional em Biblioteconomia da UNIRIO, a Diretora da Biblioteca Central Ana Petrone, da Bibliotecária Ms. Márcia Nogueira, do Prof. Dr. Durval Pereira e do Prof. Dr. Marcos Miranda. Durante toda reunião rememoramos várias atividades, contribuições e memórias da Drª Amaral.

Os traços de memória relatados nos revelaram que a carioca Sueli Angélica do Amaral foi moradora da Urca, estudou na Escola Municipal Minas Gerais, cursou o Bacharelado em Biblioteconomia na UNIRIO.

De 1966 a 1971, a Profª Sueli atuou no ensino elementar no Governo do Estado do Rio de Janeiro como bibliotecária e documentalista (1971-1972) no Governo do estado do Rio de Janeiro, na Biblioteca do Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais (CPRM, atual Serviço Geológico do Brasil - 1972-1989), na Biblioteca do Senado Federal (1989-1993).

A Profª Sueli é Bibliotecária e Documentalista formada pela Federação das Escolas Federais Isoladas do Estado da Guanabara - FEFIEG (1969, atual UNIRIO), Especialista em Comunicação, Informação e Documentação Tecnológica pela Universidade de São Paulo – USP (1983), em Marketing para Empresas Públicas Fundação Getúlio Vargas - FGV-Brasília (1988) e em Planejamento e Marketing de Serviços de Informação (WISC University of Wisconsin, Madison, EUA, 1996). Mestre (UnB, 1990) e Doutora (UnB, 1998) em Ciência da Informação.

Atuou como pesquisadora colaboradora sênior no Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da UnB, que coordenou de 2000 a 2004. Também participou como colaboradora do Programa de Pós-graduação em Administração da UnB e foi cedida ao Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia - IBICT (2009-2013) para atuar no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Liderou o Grupo de Pesquisa Marketing da Informação. Tem experiência internacional na área de Biblioteconomia e Ciência da Informação, com ênfase em gestão da informação e do conhecimento, atuando principalmente nos estudos sobre marketing da informação, unidades prestadoras de serviços de informação, websites, estudos de oferta e demanda de informação, promoção e gerência, avaliação, análise do consumidor ou usuário de informação.

Ao longo de sua carreira como docente na UnB desde 1993 a Profª Sueli Amaral participou de processos seletivos discentes, de Comissões, organização de eventos e orientações. Amaral orientou 25 dissertações, 5 teses, orientou também 22 bolsistas de Iniciação Científica e 55 trabalhos de conclusão de curso de graduação e de pós-graduação *lato sensu*, participou de 85 bancas examinadoras (25 de mestrado, 5 de

doutorado, 8 de qualificação de doutorado, 4 de qualificação de mestrado, 7 de especialização, 36 de graduação e 81 comissões avaliação de projetos, cursos de pós-graduação, premiações e concursos públicos para docentes) nas áreas de Biblioteconomia e Ciência da Informação na UnB e outras Instituições de Ensino Superior - IES.

Dr^a Amaral foi bolsista de produtividade 1d e 1c do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq, atuou como consultora *ad hoc* da Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior – CAPES, membro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciência da Informação e Biblioteconomia – ANCIB, na qual coordenou o GT-4 – Gestão da Informação e do Conhecimento e professora colaboradora na Universidade Nacional Autônoma do México - UNAM (2005-2006).

A referida Professora contribuiu para o movimento associativo no Brasil e no exterior. Na Associação Profissional de Bibliotecários do Rio de Janeiro - APB/RJ (1982-1983), foi membro da diretoria como 1^a Secretária e Coordenadora Técnica dos Grupos de Trabalho. Na Federação Brasileira de Associação de Bibliotecários e Instituições - FEBAB (1982-1992) foi fundadora e coordenadora da Subcomissão Brasileira de Documentação em Geociências, fundadora e Presidente da Comissão Brasileira de Documentação em Geociências e Tecnologia Mineral. Na International Federation of Library Association and Intitutions - IFLA atuou em favor da formação e desenvolvimento de profissionais e bibliotecas no Brasil, América Latina e Caribe.

Destacamos a significativa contribuição da Doutora Sueli Angélica do Amaral na formação e desenvolvimento de pessoas ao longo de sua trajetória como Professora e para o desenvolvimento da Biblioteconomia e Ciência da Informação, do Marketing em Unidades de Informação, na Gestão da Informação e do conhecimento, bem como nas discussões acerca dessas temáticas, considerando que sua produção científica tem reverberado em outros cursos e programas de graduação no país e no exterior.

Assim, este catálogo, fruto da generosidade da Professora, registra os itens da sua produção intelectual, os itens que embasaram o desenvolvimento de suas atividades de ensino e pesquisa por meio da coleção Prof^a Sueli Angélica do Amaral, o nosso reencontro, o reencontro da Dr^a Sueli com a Urca, com a UNIRIO, com estudantes de graduação e de pós-graduação, os colegas e amigos de profissão que utilizam a literatura por ela desenvolvida e que se inspiram em sua trajetória profissional e acadêmica.

Que todos possam fazer bom uso do legado ora disponibilizado de maneira a acessar novos portais do conhecimento com vistas ao desenvolvimento da Biblioteconomia e Ciência da Informação e promoverem novos reencontros.

Prof. Marcos Luiz Cavalcanti de Miranda, DSc
PPGB/CCH/UNIRIO
CRB-7/4166

4 LIVROS DA COLEÇÃO SUELI ANGELICA DO AMARAL

1. 101 inovações brasileiras. Edição de Claudia Visoni. São Paulo: IOB, 2008. 227 p., il., 23 cm. ISBN 9788537903018.
2. AAKER, David A.; KUMAR, V.; DAY, George S. **Pesquisa de marketing**. Tradução de Reynaldo Cavalheiro Marcondes. São Paulo: Editora Atlas, 2001. 745 p., il., 29 cm. ISBN 852242800X.
3. ADAMS, Scott. **O princípio Dilbert**. Tradução de Talita M. Rodrigues. Revisão de Marcelo Balbio. 3. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 1997. 336 p., il., 21 cm. ISBN 8500001305.
4. ADLER, Max K. **A moderna pesquisa de mercado**. Tradução de Oswaldo Chiquetto. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1975. 138 p., il., 23 cm. (Biblioteca Pioneira de Administração e Negócios).
5. ADOLPHO, Conrado. **Os 8 Ps do marketing digital: o guia estratégico de marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2011. 904 p., 24 cm. ISBN 9788575222751.
6. ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de. **A gerência da criatividade**. São Paulo: Makron Books, c1997. 124 p., il., 24cm. ISBN 8534606110.
7. ALLEN, Cliff; KANIA, Deborah; YAECKEL, Beth. **Marketing one-to-one na Web: construa já uma estratégia de marketing de relacionamento individual para cada cliente**. Tradução de Luciana Penteadó Miquelino. São Paulo: Makron Books, 2002. xxvi, 384 p., il., 24 cm. ISBN 853461475X.
8. ALMADA DE ASCENCIO, Margarita (Ed.). **CONTRIBUCIÓN al desarrollo de la sociedad del conocimiento**. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2002. xii, 486 p., il., 21 cm. (Colección Sistemas bibliotecarios de información y sociedad, 1). ISBN 9683684181.
9. ALTER, Steven. **Como os executivos eficientes usam os sistemas de informação**. São Paulo: Nova Cultural, 1986. 97 p., 19 cm. (Coleção Harvard de administração, 5).
10. AMBRÓSIO, Vicente. **Plano de marketing: um roteiro para a ação**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. xiv, 232 p., il., 24 cm. ISBN 9788564574380.
11. AMORIM, Galeno. **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo: Instituto Pró-livro, 2008. 227 p., il. (algumas col.), 23 cm. ISBN 9788570606167.
12. ANTUNES, Celso. **Manual de técnicas de dinâmica de grupo de sensibilização de ludopedagogia**. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 1998. 190 p., il., 23 cm. ISBN 85326003653.
13. ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **Capital intelectual**. São Paulo: Editora Atlas, 2000. 139 p., il., 24 cm. ISBN 8522225019.
14. ARAÚJO JÚNIOR, Rogério Henrique de. **Precisão no processo de busca e recuperação da informação**. Brasília: Thesaurus, 2007. 175 p., il., 21 cm. ISBN 9788570626554.

15. ARGENTI, Paul A. **Comunicação empresarial**: a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro:Elsevier, [2011]. xxx, 327 p., il., 24 cm. ISBN 9788535220940.
16. ARRUDA, Maria Cecilia Coutinho (Org.). **Administração de marketing global**. Tradução de Ailton BonfimBrandão. São Paulo: Atlas, 2000. 709 p., il., 33 cm. ISBN 8522422680.
17. AUBRY, Jean-Marie; SAINT-ARNAUD, Yves. **Dinâmica de grupo**. Tradução de Edson Braga de Souza. 3.ed. SãoPaulo: Loyola, 1983. 78 p., il., 21 cm. (Ser e Conviver, 4).
18. BABBIE, Earl R. **Métodos de pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: UFMG, 1999. 519 p., il., 24 cm. (Aprender, 19). ISBN 8570411758.
19. BAKER, Stephen. **Odeio reuniões**. Tradução de Jaguar. 3. ed. São Paulo: Melhoramentos, 1987. 112 p., il., 23 cm.
20. BALCÃO, Yolanda Ferreira; CORDEIRO, Laerte Leite. **O comportamento humano na empresa**: uma antologia. 2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1967. 464 p., 21 cm.
21. BARBIERI, José Carlos; ÁLVARES, Antonio Carlos Teixeira; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Gestão de idéiaspara inovação c ontínua**. Porto Alegre: Bookman, 2009. 134 p., il., 25 cm. ISBN 9788577803330.
22. BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Ed. rev. e actual. São Paulo: Edições 70, 2010. 281 p., il., 24 cm. ISBN9789724415062.
23. BAREFOOT, Darren; SZABO, Julie. **Manual de marketing em mídias sociais**. São Paulo: Novatec, [2010]. 292 p.,il., 25 cm. ISBN 9788575222225.
24. BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em propaganda**. 6. ed. São Paulo: Summus, 1982. 283 p., il., 21 cm.
25. BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004. 516 p., il., 24 cm. ISBN 8532627277.
26. BEAL, Adriana. **Gestão estratégica da informação**: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Editora Atlas, 2004. 137 p., il., 24 cm. ISBN 8522437645.
27. BEAL, Adriana. **Segurança da informação**: princípios e melhores práticas para a proteção dos ativos de informação nas organizações. São Paulo: Atlas, 2005. 175 p., il, 24 cm. ISBN 8522440859.
28. BEAUCHAMP, André; GRAVELINE, Roger; QUIVIGER, Claude. **Como animar um grupo**. Tradução de Celina Monteiro. 2. ed. São Paulo: Loyola, 1980. 87 p., 21 cm. (Ser e Conviver, 3).

29. BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Construção de mapas**: desenvolvendo competências em informação e comunicação. 2. ed., rev. e atual. Bauru: Cá entre nós, 2007. 111 p., il., 21 cm. ISBN 9788599341292.
30. BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Construção de mapas**: desenvolvendo competências em informação e comunicação. Bauru: Autores Brasileiros, 2006. 94 p., il., 21 cm. ISBN 9788599341292.
31. BELLUZZO, Regina Célia Baptista; FERES, Glória Georges; VALENTIM, Marta Ligia Pomim (Org.). **Redes de conhecimento e competência em informação**: interfaces da gestão, mediação e uso da informação. Rio de Janeiro: Interciência, 2015. xxxiv, 414 p., il, 23 cm. ISBN 9788571933743.
32. BERKOWITZ, Eric N. **Marketing**. Tradução de Alexandre Melo de Oliveira, Aparecida Tomiko Ikeda. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, c2003. 2 v., il. (algumas col.), 28cm + 2 CD-ROM. ISBN 8521613598.
33. BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão**: fundamentos, estratégias e dinâmica. São Paulo: Atlas, 2003. 314 p., il, 24 cm. ISBN 8522433380.
34. BERTERO, Carlos Osmar, (Org.). **Vendas de alto impacto**. Tradução de Cristina Zuccolo. São Paulo: Makron, c1989. 183 p., 24 cm. ISBN 0074501127.
35. BIBLIOTECA digital de la medicina tradicional mexicana. [México]: Universidad Nacional Autonoma de Mexico, [2009]. 80 p. + 1 CD-ROM. ISBN 9682961327.
36. BLATTMANN, Ursula; FRAGOSO, Graça Maria (Org.). **O zapear a informação em bibliotecas e na Internet**. BeloHorizonte: Autêntica, 2003. 103 p., 23 cm. ISBN 8575260766.
37. BLISS, Perry. **Administração de marketing e o comportamento no meio ambiente**. Tradução de Auriphebo Berrance Simões. São Paulo: Atlas, 1978. 176 p., 21 cm. (Fundamentos de marketing, 4).
38. BLY, Robert W. **Como fazer marketing direto em business-to-business**. Tradução de Marisa do NascimentoParo. São Paulo: Makron Books, c1995. xxvii, 295 p., 24 cm. ISBN 8534602751.
39. BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; ABBAD, Gardênia da Silva; MOURÃO, Luciana (Org.). **Treinamento, desenvolvimento e educação em organizações e trabalho**: fundamentos para a gestão de pessoas. Porto Alegre: Artmed: Bookman, 2006. 576 p., il., 25cm. ISBN 8536307447.
40. BOTELHO, Delane; ZOUAIN, Deborah Moraes (Org.). **Pesquisa quantitativa em administração**. São Paulo: Editora Atlas, 2006. xiii, 229 p., il., 24 cm. ISBN 8522444048.
41. BOXWELL, Robert J. **Vantagem competitiva através do benchmarking**. São Paulo: Makron Books, 1996. 255 p., il., 24 cm.

42. BRAGA, Gilda Maria; PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro (Org.). **Desafios do impresso ao digital**: questões contemporâneas de informação e conhecimento. Brasília: IBICT, 2009. 430 p., il., 24 cm. ISBN 9788570130662.
43. BRAGA, Kátia Soares. **Métodos para a pesquisa em ciência da informação**. Organização de Suzana Pinheiro Machado Mueller. Brasília: Thesaurus, 2007. 190 p., il., 21 cm. (Ciência da Informação e da Comunicação). ISBN 9788570626547.
44. BRITO, Carlos Melo; LENCASTRE, Paulo de (Coord.). **Os horizontes do marketing**. Lisboa: Editorial Verbo, [2000]. 295 p., il., 24 cm. ISBN 9722220101.
45. BRITT, Steuart Henderson; BOYD JÚNIOR, Harper W. **Marketing**: gerência e ação executiva. Tradução de Nivaldo Montingelli Júnior. Revisão de Rubens da Costa Santos. 4. ed. São Paulo: Macgraw-Hill, 1981.
46. BRUNER, Rick E.; HARDEN, Leland; HEYMAN, Bob. **Marketing on-line**: estratégias, melhores práticas e estudos de casos. São Paulo: Futura, 2001. 349 p., il., 23 cm. ISBN 8574130540.
47. BUKOWITZ, Wendi R.; WILLIAMS, Ruth L. **Manual de gestão do conhecimento**: ferramentas e técnicas que criam valor para a empresa. Tradução de Carlos Alberto Silveira Netto Soares. Porto Alegre: Bookman, 2002. 399 p., il., 25 cm. ISBN 8573079339.
48. BURNS, Alvin C.; BUSH, Ronald F. **Marketing research**. 2nd ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, c1998. 637, 12,11 p., il. (algumas col.), 26 cm. + 1 CD-ROM. ISBN 0138966060.
49. BURSK, Edward Collins. **Casos em administração de marketing**. São Paulo: Atlas, 1971. 170 p., 21 cm. (Fundamentos de marketing, 2).
50. CAIRNS, George. **Marketing em redes sociais**: guia completo. Tradução de Jeff Silva. São Paulo: Edições Europa, 2015. 135 p., il., 28 cm. ISBN 9788579602757.
51. CALVA GONZÁLEZ, Juan José (Coord.). **Mesa redonda**: el fenómeno de las necesidades de información en diversas comunidades. Proyectos y avances de investigación. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2007. 135 p., il., 21 cm. ISBN 9703241093.
52. CALVA GONZÁLEZ, Juan José. **Las necesidades de información**: fundamentos teóricos y métodos. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2004. 284 p., 21 cm. (Colección Sistemas bibliotecarios de información y sociedad). ISBN 9703217982.
53. CARBONE, Pedro Paulo. **Gestão por competências e gestão do conhecimento**. Rio de Janeiro: FGV, 2005. 172p., 21 cm. (Gestão de pessoas).
54. CARDOSO, Mário Sérgio; GONÇALVES FILHO, Cid. **CRM (Customer Relationship Management) em ambiente e-business**: como se relacionar com clientes, aplicando novos recursos da web. São Paulo: Atlas, 2001. 155 p., il. ISBN 8522427909.

55. CARRAHER, David William. **Senso crítico: do dia-a-dia as ciências humanas.** Ilustrações de Lailson Cavalcanti. São Paulo: Pioneira, 1983. 163 p., il., 22cm. (Manuais de estudo).
56. CARVALHO, Antonio Vieira de. **Treinamento no Marketing: a força de vendas.** Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1976. 118 p., 23 cm.
57. CARVALHO, Gilda Maria Rocha de; TAVARES, Márcia da Silva. **Informação & conhecimento: uma abordagem organizacional.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. xvii, 127 p., 23 cm.
58. CARVALHO, Horacio Martins de. **Introdução à teoria do planejamento.** 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1978. 168 p., 21 cm.
59. CARVALHO, Isabel Cristina Louzada. **A socialização do conhecimento no espaço das bibliotecas universitárias.** Niterói: Intertexto; Rio de Janeiro: Interciência, 2004. 185 p., il, 22 cm. ISBN 8571931119.
60. CARVALHO, Isamir Machado de; MENDES, Sérgio Peixoto; VERAS, Viviane Muniz (Org.). **Gestão do conhecimento: uma estratégia empresarial.** Brasília: SERPRO, 2006. 346 p., il., 23 cm. ISBN 8560334009.
61. CARVALHO, Maria Carmen Romcy de. **Estatísticas e padrões para o planejamento e a avaliação de bibliotecas universitárias.** Brasília: [s.n.], 1995. 159 p., 23 cm.
62. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999. 617 p., il., 23 cm. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, 1).
63. CAVALCANTI, Marcos; GOMES, Elisabeth; PEREIRA, André. **Gestão de empresas na sociedade do conhecimento: um roteiro para a ação.** 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, [2001]. 170 p., il., 24 cm. ISBN 8535208062.
64. CAVALCANTI, Marcos; NEPOMUCENO, Carlos. **O conhecimento em rede: como implantar projetos de inteligência coletiva.** Rio de Janeiro: Campus: Elsevier, 2007. 134 p., il., 23 cm. ISBN 8535222936.
65. CERVANTES, Brígida Maria Nogueira. **Glossário trilingue de termos em gestão da informação: subárea inteligência competitiva organizacional.** Marília: Fundepe Ed.: Cultura Acadêmica, 2010. 92 p., 23 cm. ISBN 9788598176338.
66. CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, c2002. xii, 162 p., il., 21 cm. ISBN 858791815X.
67. CESNIK, Fabio de Sa. **Guia do incentivo à cultura.** Barueri: Manole, 2002. 342 p., il., 23 cm. ISBN 852041415X.
68. CHALMERS, Ruy B. **Marketing.** São Paulo: Atlas, 1969. 176 p., il., 21 cm. (Série de Marketing e Merchandising).
69. CHARTIER, Roger. **A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII.** Tradução de Mary Del Priori. 2. ed. Brasília: Ed. UnB, 1999. 111 p., il., 22 cm. (Tempos).

70. CHERTO, Marcelo. **Franchising**: revolução no marketing. Rio de Janeiro: McGraw-Hill, 1988. xiv, 178 p., il., 24 cm. ISBN 0074500635.
71. CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1980- . 3 v., 22 cm.
72. CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos**: fundamentos básicos. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003. 205 p., il., 24 cm. ISBN 8522434328.
73. CHIAVENATO, Idalberto. **Os novos paradigmas**: como as mudanças estão mexendo com as empresas. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1998. 319 p., 24 cm. ISBN 8522420866.
74. CHOO, Chun Wei. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Ed. SENAC, [2003]. 425 p., il., 23 cm. ISBN 8573593415.
75. CHURCHILL, Gilbert A.; BROWN, Tom J. **Basic marketing research**. 5th ed. Mason, Ohio: South-Western, c2004. xxvii, 738 p., il., 29 cm. ISBN 0324190972.
76. CIANCONI, Regina. **Gestão da informação na sociedade do conhecimento**. Brasília: SENAI, Departamento Nacional, 1999. 120 p., il., 29 cm. (SENAI formação de formadores). ISBN 8587090305.
77. CIPRIANI, Fábio. **Estratégia em mídias sociais**: como romper o paradoxo das redes sociais e tornar a concorrência irrelevante. Rio de Janeiro: Campus, 2011. 184 p., il., 23 cm. ISBN 9788535246704.
78. COBRA, Marcos. **Marketing básico**: uma perspectiva brasileira. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1985. 762 p., il., 21 cm.
79. COBRA, Marcos. **O novo marketing**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 359 p., il., 24 cm. ISBN 9788535235241.
80. COBRA, Marcos. **Plano estratégico de marketing**. São Paulo: Atlas, 1986. 125 p., il., 22 cm. ISBN 8522401985.
81. COBRA, Marcos; ZWARG, Flavio Arnaldo. **Marketing de serviços**: conceitos e estratégias. São Paulo: McGraw-Hill, c1987. xvii, 284 p., il., 24 cm.
82. COLOQUIO DE INVESTIGACIÓN BIBLIOTECOLÓGICA Y DE LA INFORMACIÓN, (26., 2008, México, D. F.). **Memoria del XXVI Coloquio de Investigación Bibliotecológica y sobre la Información**. Compilação de Felipe Martínez Arellano, Juan José Calva González. [México]: Universidad Nacional Autónoma de México, 2009. xi, 418 p., il., 21 cm. (Colección Sistemas bibliotecarios de información y sociedad). ISBN 9786070205798.
83. COLOQUIO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN BIBLIOTECOLÓGICA Y DE LA INFORMACIÓN, (21st., 2003, Mexico City, Mexico). **La investigación bibliotecológica en la era de la información**: memoria del XXI Coloquio de Investigación Bibliotecológica y de la Información, 24-26 de septiembre de 2003. Compilação de Felipe Martínez Arellano, Juan José Calva González. México D.F.:

- Universidad Nacional Autónoma de México, 2004. x, 317 p., il., 22cm. (Colección Sistemas bibliotecarios de información y sociedad). ISBN 9703220010.
84. CONHECIMENTO, estratégia e informação: três constructos que se entrelaçam na gestão organizacional. Curitiba: Appris, 2013. 327 p., il., 22 cm. ISBN 9788581922263.
85. COOPER, John. **Practical marketing planning**. [London]: Macmillan, [1997]. ix, 278 p., il., 24 cm. ISBN 033367908.
86. CORZO, Orlando. **Imagem bibliotecária en el Perú**: ilustraciones, caricaturas, viñetas, historietas, cine. Lima: Corzo & Lumbreras, 2006. 2 v., il., 19 cm. (Bibliotecologia Peruana, 1).
87. COSTA, Antonio Roque; CRESCITELLI, Edson. **Marketing promocional para mercados competitivos**: planejamento, implementação, controle. São Paulo: Editora Atlas, 2003. 371 p., il., 24 cm. ISBN 8522432775.
88. COSTA, Jane Iara Pereira da. **Marketing**: noções básicas. Florianópolis: Imprensa Universitária da UFSC, 1987. 228p., il., 23 cm.
89. COSTA, Marco Antonio F. da; COSTA, Maria de Fátima Barrozo da. **Metodologia da pesquisa**: conceitos e técnicas. 2. ed., rev. e ampl. Rio de Janeiro: Interciência, 2009. viii, 203p., il., 21 cm. ISBN9788571932098.
90. COSTA, Maria de Fatima Oliveira. **Estudos de usuários da informação**: ensino e aprendizagem no Brasil. Fortaleza: Editora UFC, 2016. 246p., il., 21 cm. ISBN 9788572826853.
91. CRISTÓFORO, Maria Socorro. **El estudiante como etnógrafo**. Compilação de Ana Cecilia Villarreal Ballesteros. Chihuahua: Universidad Autónoma de Chihuahua, 2013. 141 p., 21 cm. ISBN 9786078223404.
92. CRUZ, Carla; RIBEIRO, Uirá. **Metodologia científica**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Axcel Books, c2003. xiv, 218p., il., 23 cm. + 1 CD-ROM. ISBN 8573231866.
93. CRUZ, Renato. **O desafio da inovação**: a revolução do conhecimento nas empresas brasileiras. São Paulo: Ed.SENAC São Paulo, 2011. 237 p., il., 23 cm. ISBN 9788539601219.
94. CRUZ, Tadeu. **Gerência do conhecimento**: Enterprise Content Management. São Paulo: Cobra editora & Marketing, 2002. 167 p., il., 24 cm. ISBN 8585536314.
95. CUEVAS, Aurora (Coord.). **Competencias en información y salud publica**. Brasília: CID/UnB, 2008. 283 p.,il., 22 cm. (Tempus, 8). ISBN 9788561157128
96. CUNHA, Maria Antonieta Antunes. **Guia do livro**: orientação básica para aquisição de acervos públicos e privados. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, [2006?]. 39 p., 27 cm.
97. CYBIS, Walter; BETIOL, Adriana Holtz; FAUST, Richard. **Ergonomia e usabilidade**: conhecimentos, métodos e aplicações. São Paulo: Novatec, 2007. 344 p., il., 23 cm. ISBN 9788575221389.

98. DAHAB, Sônia (Coord.). **Entendendo franchising**: uma alternativa eficaz para o pequeno e médio empreendedor. 2.ed. Salvador: Casa da Qualidade, 1996. 135 p., 23 cm. ISBN 8585651210.
99. DALKIR, Kimiz. **Knowledge management in theory and practice**. Amsterdam: Elsevier, c2005. xv, 356 p., il., 27cm. ISBN 075067864X.
100. DANTAS, Edmundo Brandão (Org.). **Branding e comunicação**: a comunicação e sua importância para a construção de marcas. Brasília: Editora SENAC-DF, 2019. 246 p., il., 23 cm. ISBN 9788562564826.
101. DANTAS, Edmundo Brandão. **Atendimento ao público nas organizações**: quando o marketing de serviços mostra a cara. Brasília: Ed. SENAC, 2004. 173 p., 23 cm. ISBN 8598694010.
102. DANTAS, Edmundo Brandão. **Marketing descomplicado**. Brasília: Ed. SENAC, 2005. 316 p., il., 23 cm. ISBN8543377543.
103. DANTAS, Edmundo Brandão. **Marketing político**: técnicas e gestão no contexto brasileiro. São Paulo: Atlas, 2010. xiii, 317 p., il., 24 cm. ISBN 9788522459346.
104. DANTAS, Edmundo Brandão. **Os temporais da primavera**. Brasília: Edmundo Brandão Dantas, 2018. 203 p., 21 cm. ISBN 9788590671107.
105. DANTAS, Edmundo Brandão. **Telemarketing**: a chamada para o futuro. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1997. 221 p., il., 24 cm. ISBN 8522417253.
106. DANTAS, Edmundo Brandão; LIMA, Samuel. **Pesquisa de mercado**: fundamentos teórico-metodológicos aplicados a estudos de publicidade e de opinião. Brasília: Ed. SENAC, 2018. 223 p., 24 cm. ISBN 9788562564710.
107. DARNTON, Robert. **O Iluminismo como negócio**: história da publicação da "Enciclopedia", 1775-1800. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. 550 p., [24] p. de estampas, il., 23 cm.
108. DAVENPORT, Thomas H. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. 9. ed. Rio de Janeiro: Campus, [2003]. xvi, 237 p., 24 cm. ISBN 8535203524.
109. DAVENPORT, Thomas H. **Missão crítica**: obtendo vantagem competitiva com os sistemas de gestão empresarial. Tradução de Raul Rubenich. Porto Alegre: Bookman, 2002. xiv, 293 p., 25 cm. ISBN 8536300442.
110. DAVENPORT, Thomas O. **Capital humano**: o que é e por que as pessoas investem nele. São Paulo: Nobel, [2001]. 248 p., il., 23 cm. ISBN 8521311125.
111. DE PABLO, Porras Isela Yolanda. **Medionautas en el imperio de la imagen**: estrategias de mensajes mediáticos en la era digital. México: Pearson Education, 2010. x, 204 p., 24 cm. ISBN 9786074423280.
112. DE SORDI, José Osvaldo. **Administração da informação**: fundamentos e práticas para uma nova gestão do conhecimento. São Paulo: Saraiva, [2008]. xviii, 185 p., il., 24 cm. ISBN 9788502067493.

113. DEMO, Pedro. **A força sem força do melhor argumento**: ensaio sobre novas epistemologias virtuais. Brasília:IBICT, 2011. 161 p., il., 23 cm. ISBN 9788570130693.
114. DEMO, Pedro. **Complexidade e aprendizagem**: a dinâmica não linear do conhecimento. São Paulo: Editora Atlas,2002. 195 p., 24 cm. ISBN 8522431779.
115. DEMO, Pedro. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000. 216 p., 24 cm. ISBN 8522426473.
116. DEMO, Pedro. **Pesquisa e informação qualitativa**: aportes metodológicos. 3. ed. São Paulo: Papirus, 2006. 135p., 21cm. (Papirus educação). ISBN 8530806248.
117. DESAUNAY, Guy. **Como administrar seu chefe**. São Paulo: Nobel, 1986. 107 p., 21 cm. ISBN 852130398X.
118. DIAS, Maria Matilde Kronka; FERRAZ, Maria Cristina Comunian. **Marketing em ciência e tecnologia**: conceitos e princípios básicos para ambientes informacionais acadêmicos e organizacionais. São Carlos: EdUFSCar, 2006. 50 p., il., 28 cm. (Apontamentos). ISBN 8576000709.
119. DIFERENCIAÇÃO e inovação em marketing: estratégias diferenciadas de marketing aplicadas aos diversos segmentos de mercado. Tradução de Alexandre Luzzi Las Casas, Maria Tereza Garcia. São Paulo: Saraiva, 2007.xii, 338 p., il., 24 cm. ISBN 9788502061941.
120. DRUCKER, Peter F. **Administração em tempos turbulentos**. Tradução de Carlos Afonso Malferrari. 2. ed. SãoPaulo: Pioneira, 1980. 206 p., 22 cm. (Biblioteca pioneira de administração e negócios).
121. DRUCKER, Peter Ferdinand. **50 casos reais de administração**. Tradução de Carlos Afonso Malferrari. São Paulo:Pioneira, 1983. 245 p., 21 cm. (Biblioteca pioneira de administração e negócios).
122. DRUCKER, Peter Ferdinand. **Fator humano e desempenho**: o melhor de Peter F. Drucker sobre administração. Tradução de Carlos Afonso Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1981. xvii, 451 p., 22 cm. (Biblioteca pioneira de administração e negócios).
123. DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. 2. Ed. São Paulo: Pioneira, 1987. xviii, 378 p., 22 cm. (Biblioteca pioneira de administração e negócios).
124. DRUCKER, Peter Ferdinand. **O gerente eficaz**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1972. 184 p., 21cm. (Ciências daadministração).
125. DUAIBI, Roberto; SIMONSEN JUNIOR, Harry. **Criatividade**: a formulação de alternativas em marketing. SãoPaulo: McGraw-Hill do Brasil, c1971. 192 p., il., 23 cm.
126. DUARTE, Emeide Nóbrega; LLARENA, Rosilene Agapito da Silva; LIRA, Suzana de Lucena (Org.). **Da informação à auditoria de conhecimento**: a base para a inteligência organizacional. João Pessoa: Ed. UFPB, 2014. 393 p., il., 21 cm. ISBN 9788523708856.

127. DUARTE, Emeide Nóbrega; SILVA, Alzira Karla Araújo da (Org.). **Gestão de unidades de informação: teoria & prática.** João Pessoa: Ed. UFPB, 2007. 552 p., il., 30 cm. ISBN 9788577450657.
128. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Editora Atlas, 2005. xxiv, 380 p., il., 24 cm. ISBN 852244062X.
129. DUTRA, Joel Souza. **Competências: conceitos e instrumentos para gestão de pessoas na empresa moderna.** São Paulo: Atlas, 2004. 206 p., il., 24 cm. ISBN 8522438986.
130. DUTRA, Joel Souza; FLEURY, Maria Tereza Leme; RUAS, Roberto (Org.). **Competências: conceitos, métodos e experiências.** São Paulo: Atlas, 2008. vi, 303 p., il., 24 cm. ISBN 978852245079.
131. EARP, Fábio Sá. **A economia da cadeia produtiva do livro.** Rio de Janeiro: BNDES, 2005. 175 p., il., 24 cm.
132. EMPREENDEDORISMO na era do conhecimento: como estimular e desenvolver uma cultura empreendedora alicerçada nos princípios de gestão do conhecimento e da sustentabilidade. Florianópolis: Visual Books, 2006. 188p., il., 23 cm. ISBN 857502180X.
133. FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia.** 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003. 200 p., il, 24 cm. ISBN 8502038079.
134. FARIA, A. Nogueira de. **Técnicas de reunião.** 3. ed. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Didática e Científica, 1989. 114 p., 23 cm. ISBN 8571900159.
135. FARIAS, Salomão Alencar de (Org.). **Propaganda e promoção: aspectos complementares da comunicação integrada de marketing.** Tradução de Luciana de Oliveira da Rocha. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. 539 p., il., 29 cm. ISBN 8536300043.
136. FAULSTICH, Enilde L. de J. **Como ler, entender e redigir um texto.** Petrópolis: Vozes, 1988. 117 p., 16 cm.
137. FEITOSA, Ailton Luiz Gonçalves. **Organização da informação na WEB: das tags à WEB semântica.** [Brasília]: Thesaurus, [2006]. 131 p., il., 22 cm. (Estudos avançados em ciência da informação, 2). ISBN 8570625685.
138. FÉLIX, Joana d'Arc Bicalho; BORDA, Gilson Zehetmeyer (Org.). **Gestão da comunicação e responsabilidade socioambiental: uma nova visão de marketing e comunicação para o desenvolvimento sustentável.** São Paulo: Ed. Atlas, 2009. xii, 221 p., il., 24 cm. ISBN 9788522456499.
139. FERNANDES, Bruno Henrique Rocha. **Competências e desempenho organizacional: o que há além do Balanced Scorecard.** São Paulo: Saraiva, 2006. xvi, 144 p., il., 24 cm. ISBN 8502056026.
140. FERRARI, Alfonso Trujillo. **Metodologia da pesquisa científica.** São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1982. xii, 318 p., il, 21 cm.

141. FERREIRA JUNIOR, Achiles Batista; AZEVEDO, Ney Queiroz de. **Marketing digital: uma análise do mercado 3.0.** [Curitiba]: Intersaberes, 2015. 276 p., il., 22 cm. (Marketing ponto a ponto). ISBN 9788544302163.
142. FERREIRA, Armando Leite. **Marketing para pequenas empresas inovadoras.** Rio de Janeiro: Expert Books, 1995. 282 p., il., 23 cm. ISBN 85-85837020.
143. FERRELL, O. C. **Estratégia de marketing.** Tradução de Ailton Bomfim Brandão. São Paulo: Editora Atlas, 2000. 306 p., il., 29 cm. ISBN 8522425124.
144. FIALHO, Francisco Antonio Pereira. **Gestão do conhecimento e aprendizagem: as estratégias competitivas dasociedade pós-industrial.** Florianópolis: Visual Books, 2006. 196 p., il., 23 cm. ISBN 8575021923.
145. FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Avaliação de coleções e estudo de usuários.** Brasília: Associação dosBibliotecários do Distrito Federal, 1979. 96 p.
146. FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Estudos de usos e usuários da informação.** Brasília: IBICT, 1994. 154 p., 21 cm.
147. FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Metodologias para promoção do uso da informação: técnicas aplicadas particularmente em bibliotecas universitárias e especializadas.** São Paulo: Nobel, 1991. 144 p., 21 cm. ISBN 852130661X.
148. FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Paradigmas modernos da ciência da informação: em usuários / coleções / referência & informação.** São Paulo: Polis, 1999. 167 p., 21 cm. (Palavra-chave). ISBN 857228009X.
149. FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Textos avançados em referência & informação.** São Paulo: Polis: APB, 1996.124 p., 21 cm. (Palavra-chave, 6). ISBN 8572280049.
150. FIGUEIREDO, Paulo N. **Gestão da inovação: conceitos, métricas e experiências de empresas no Brasil.** Rio deJaneiro: LTC, 2009. xi,340 p., il., 28 cm. ISBN 9788521617075.
151. FISCHMANN, Adalberto A.; ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. **Planejamento estratégico na prática.** 2. ed. SãoPaulo: Editora Atlas, 1991. 164 p., il., 24 cm. ISBN 8522407452.
152. FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologiada informação.** Tradução de Jorge Ritter. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 564 p., il., 28 cm. + 2 CD-ROM. ISBN 9788577807451.
153. FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa.** Tradução de Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2004.312 p., il., 25 cm. ISBN 8536304146.
154. FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa.** Tradução de Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2004.312 p., il., 25 cm. ISBN 8536304146.
155. FONSECA, Arnaldo. **Avaliando websites: Perguntas chaves para revisões efectivas de websites.** João Pessoa: UNIPE, [2005]. 231 p., 24 cm. ISBN 858786807.

156. FRANCO JUNIOR, Carlos Fernandes. **E-business**: tecnologia de informação e negócios na Internet. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p., il., 24 cm. ISBN 8522434719.
157. FRANK, Milo O. **Como apresentar suas ideias em 30 segundos-ou menos**. Tradução de Mário Molina. 2. ed. Riode Janeiro: Record, c1986. 129 p., 21 cm. ISBN 8510291241.
158. FREDERICK, Bjorn. **10 dimensões da gestão da inovação**: uma abordagem para a transformação organizacional. Organização de José Claudio Terra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 317 p., il., 23 cm. ISBN 9788535255454.
159. FREITAS, Rogério Afonso de; QUINTANILLA, Leslie Wittig; NOGUEIRA, Ari dos Santos. **Portais corporativos**: uma ferramenta estratégica para a gestão do conhecimento. Rio de Janeiro: Brasport, 2004. xviii, 104 p., il., 23cm. ISBN 8574521914.
160. FRESNEDA, Paulo Sergio Vilches; GONÇALVES, Sonia Maria Goulart. **A experiência brasileira na formulação de uma proposta de política de gestão do conhecimento para a administração pública federal**. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2007. 83 p., il, 23 cm. (Série temas de interesse do legislativo, 13). ISBN 8573655291.
161. FRÍAS, José Antonio; TRAVIESO, Crispulo. **Formación, investigación y mercado laboral en información y documentación en Espana y Portugal = Formação, investigação e mercado de trabalho em informação e documentação em Espanha e Portugal**. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2008. 851 p., il., 24 cm. (Aquilafuente, 135). ISBN 9788474816549.
162. FRITZEN, Silvino José. **Exercícios práticos de dinâmica de grupo**. 27. ed. Petrópolis: Vozes, 1999. 2 v., il., 21cm. ISBN 853260210X.
163. FUJITA, Mariângela Spotti Lopes; MARTELETO, Regina Maria; LARA, Marilda Lopes Gines de (Org.). **A dimensão epistemológica da Ciência da Informação e suas interfaces técnicas, políticas e institucionais nos processos de produção, acesso e disseminação da informação**. Marília: Fundepe Ed.; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2008. 268 p., il., 23 cm. ISBN 9788598176178.
164. FUNDAMENTOS de métodos de pesquisa em administração. Tradução de Lene Belon Ribeiro. Porto Alegre: Bookman, 2005. 471 p., il., 25 cm. ISBN 8536304499.
165. GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010. 424 p., il., 25 cm. ISBN 9788575222577.
166. GARBER, Rogério. **Inteligência competitiva de mercado**: como capturar, armazenar, analisar informações de marketing e tomar decisões num mercado competitivo. São Paulo: Letras & Expressões: Madras, c2001. 357 p., il., 23 cm. ISBN 9788586484247.
167. GARCIA, Mauro Neves (Org.). **Serviços**: marketing e gestão. Tradução de Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2001. xi, 416 p., il., 28 cm. ISBN 850203278X.

168. GESTÃO estratégica da informação e do conhecimento na Câmara dos Deputados: ciclo de palestras e recomendações. Brasília: Câmara dos Deputados, 2004. 158 p., il., 23cm. (Temas de interesse do Legislativo, 6). ISBN 857365385X.
169. GIANNASI-KAIMEN, Maria Julia; CARELLI, Ana Esmeralda (Org.). **Recursos informacionais para compartilhar**: acceso, disponibilidad y uso. Tradução de Maria das Graças Targino, Alisson Dias Gomes. Buenos Aires: Alfagrama, 2010. 198 p., il., 23 cm. (Biblioteca Alfagrama). ISBN 9789871305612.
170. GIGLIO, Zula Garcia; WECHSLER, Solange Múglia; BRAGOTTO, Denise (Org.). **Da criatividade à inovação**. Campinas: Papyrus, 2009. 206 p., il., 21 cm. ISBN 9788530808860.
171. GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 206p., il., 24 cm. ISBN 8522422702.
172. GODRI, Daniel. **Conquistar e manter clientes**: práticas diárias que todos conhecem, mas só os bem-sucedidos utilizam. 16. ed. Blumenau: Eko, 1994. 77 p., il., 21 cm. ISBN 8585415495.
173. GONÇALVES, Carlos Alberto; JAMIL, George Leal; TAVARES, Wolmer Ricardo. **Marketing de relacionamento**: database marketing, uma estratégia paa adaptação em mercados competitivos. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2002. xiv, 329 p., il., 23 cm. ISBN 8573231793.
174. GONÇALVES, Carlos Alberto; MEIRELLES, Anthero de Moraes. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2004. 199 p., il., 24 cm. ISBN 8522438463.
175. GRACIOSO, Francisco. **A excelência em marketing nos anos noventa**. São Paulo: Editora Atlas, 1993. 175 p., il., 24 cm. ISBN 8522408904.
176. GRACIOSO, Francisco. **Contato imediato com marketing**. São Paulo: Global, 1986. 152 p., il., 18 cm. (Contatoimediateo).
177. GRACIOSO, Francisco. **Propaganda institucional**: nova arma estratégica da empresa : análise da natureza e dopapel que a propaganda institucional está assumindo na consolidação do posicionamento corporativo e dos objetivos estratégicos das empresas. São Paulo: Editora Atlas, 1995. 112 p., il., 24 cm. ISBN 8522412510.
178. GRONROOS, Christian. **Marketing**: gerenciamento e serviços: a competição por serviços na hora da verdade. Tradução de Cristina Bazán. Rio de Janeiro: Campus, [1993]. 377 p., il, 23 cm. ISBN8570019475.
179. GUIMARÃES, Sérgio. **Economia & mercados**: introdução a economia e ao marketing. São Paulo: Editora Ática, 1986. 142 p., il. , 21 cm. ISBN 8508010699.
180. GUNELIUS, Susan. **Marketing nas mídias sociais em 30 minutos**: manual prático para divulgar seus negócios pela Internet de modo rápido e gratuito. São Paulo: Cultrix, 2012. 312 p., il, 23 cm. ISBN 9788531611803.
181. GUP, Benton E.; ARGENTI, John. **Planejamento estratégico**. Rio de Janeiro: INCISA, 1981. 24 p., 23 cm. (Desenvolvimento de Executivos, 51).

182. HEIDINGSFIELD, Myron S.; BLANKENSHIP, Albert Breneman. **Marketing:** comercialização. Tradução de Jorge Arnaldo Fortes. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1968. 310 p., il., 21 cm. (Biblioteca do homem moderno).
183. HELLER, Robert. **Marketing pessoal:** a proposição específica do sucesso. São Paulo: McGraw-Hill, c1991. xxi, 128 p., 24 cm. ISBN 0074607529.
184. HELLER, Robert. **O supermanager:** administrando para o sucesso, os realizadores, os inovadores, suas razões, os dez passos para chegar lá. São Paulo: McGraw-Hill, c1987. xv, 267 p., il, 24 cm. (Eficácia empresarial). ISBN 0704502018.
185. HERNÁNDEZ SALAZAR, Patricia (Coord.). **Metodos cualitativos para estudiar a los usuarios de la información.** Colaboração de Carlos Fernando Cortés Gómez. [México]: Universidad Nacional Autonoma de Mexico, 2008. xvii, 212 p., il., 21 cm. (Cuadernos de investigación, 5).
186. HERSEY, Paul; BLANCHARD, Kenneth H. **Psicologia para administradores de empresas:** a utilização de recursos humanos. Tradução de Dante Moreira Leite. 2.ed São Paulo: EPU, [1977]. 254 p., il, 21 cm.
187. HIAM, Alexander. **Marketing.** Tradução de Peres Lenke. Rio de Janeiro: Campus, c1999. 444 p., il, 24 cm. (Paradummies). ISBN 853520380X.
188. HITT, Michael A.; MILLER, C. Chet; COLELLA, Adrienne. **Comportamento organizacional:** uma abordagem estratégica. Tradução de Teresa Cristina Padilha de Souza. Rio de Janeiro: LTC, 2007. xxxii, 463 p., il., 28 cm. ISBN9788521615682.
189. HOLANDA, Nilson. **Planejamento e projetos.** 3. ed. Rio de Janeiro: APEC, 1977. 402 p., il., 22 cm.
190. HOLLOWAY, Robert J.; HANCOCK, Robert S. **Marketing para o desenvolvimento.** Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1973. 456 p., il., 23 cm. (Coleção universitária de administração, 9).
191. HORTINHA, Joaquim. **E-marketing:** um guia para a nova economia. Lisboa: Edições Síbaló, 2001. 288 p., il., 24 cm. ISBN 972618214X.
192. HUFF, Darrell. **Como mentir com estatística.** Rio de Janeiro: Ediouro, c1992. 118 p., il., 21 cm. ISBN 850062387X.
193. INTELIGÊNCIA, informação e conhecimento. Brasília: IBICT/UNESCO, 2006. 453 p. ISBN857652063X.
194. IOCOBUCCI, Dawn (Org.). **Os desafios do marketing: aprendendo com os mestres da Kellog Graduate School of Management.** Organização de Dawn Iacobucci. São Paulo: Futura, 2001. 461 p., il., 24 cm. ISBN 8574130508.
195. JASSAUD, Gervais (Ed.). **Le corps du livre: l'oeuvre éditoriale de Gervais Jassaud.** Nîmes: Carré d'Art Bibliothèque, [1998]. 1 v., il., 22 cm.
196. JAY, Antony. **Maquiavel e gerências de empresas.** Tradução de Octanny Silveira da Mota, Leônidas Hegenberg. Rio de Janeiro: Zahar, 1968. 239 p., 21 cm

197. JAY, Antony. **O Homem S. A.** Tradução de Suely Mendes Brazão, Vicente de Paulo Palarico Adorno. São Paulo: McGraw-Hill, 1974. 209 p., 22 cm. (Biblioteca do Executivo, 10).
198. JONES, Ary Marques. **Marketing serviços de engenharia:** tecnologia, engenharia de projeto e gerenciamento de empreendimento. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, c1983. ix, 141 p., il., 23 cm. ISBN 8521603045.
199. KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004. 339 p., il., 24 cm. ISBN 8522437793.
200. KELLEY, Eugene J. **Mercadologia:** estratégia e funções. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1969. 190 p., il., 21 cm. (Biblioteca de ciências da administração).
201. KEMPENICH, Mario. **Market biruta:** como (re)orientar as empresas, os negócios e a si próprio, em tempos de rápidas e bruscas mudanças de mercado. Salvador: Casa da Qualidade, 1997. 201 p., il., 23 cm. (Diálogo com notáveis). ISBN 858565130.
202. KERLINGER, Fred N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais:** um tratamento conceitual. Tradução de Helena Mendes Rotundo. São Paulo: USP, c1979. 378 p., il., 20 cm. ISBN 8512603402.
203. KNELLER, George F. **Arte e ciência da criatividade.** 4. ed. São Paulo: IBRASA, 1976. 121 p., 21cm. (Biblioteca êxito, 25).
204. KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica:** teoria da ciência e prática da pesquisa. 14. ed., rev. e ampl. Petrópolis: Vozes, 1997. 180 p., 23 cm. ISBN 8532618049.
205. KOTLER, Philip. **Administração de marketing:** análise, planejamento, implementação e controle. Tradução de Ailton Bomfim Brandão. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1998. 725 p., il. col., 28 cm. ISBN852241825X.
206. KOTLER, Philip. **Boas ações:** uma nova abordagem empresarial: como integrar o marketing a ações corporativas que geram dividendos sociais e retorno financeiro sustentável. Tradução de David Hessekiel, Nancy Lee, Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2012. 249 p., il., 23 cm. ISBN 9788535255324.
207. KOTLER, Philip. **Marketing 3.0:** as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 215 p., il., 23 cm. ISBN 9788535238693.
208. KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z:** 80 conceitos que todo profissional precisa saber; Marketing de crescimento: 8 estratégias para conquistar mercados. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2015. 251, 176 p., il., 23 cm. ISBN 9788535231359.
209. KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI:** como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999. 305 p., il., 24 cm. ISBN 8574130044.
210. KOTLER, Philip. **Marketing para organizações que não visam lucro.** São Paulo: Atlas, c1978. 430 p., il., 21 cm.

211. KOTLER, Philip. **O marketing sem segredos**: Philip Kotler responde as suas dúvidas. Porto Alegre: Bookman, 2005. 159 p., 23 cm. ISBN 8536304405.
212. KOTLER, Philip; BLOOM, Paul N. **Marketing para serviços profissionais**. Tradução de Auriphebo Berrance Simões. São Paulo: Editora Atlas, 1988. 357 p., il., 22 cm. ISBN 8522403031.
213. KOTLER, Philip; FOX, Karen F. A. **Marketing estratégico para instituições educacionais**. Tradução de Ailton Bonfim Brandão. São Paulo: Atlas, 1994. 444 p., il., 24 cm. ISBN 8522411166.
214. KOTLER, Philip; HAYES, Thomas; BLOOM, Paul N. **Marketing de serviços profissionais**: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros. 2. ed. São Paulo: Manole, 2002. xiii, 511 p., il., 24 cm. ISBN 8520415504.
215. KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan.; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**: from products to customers to the human spirit. Hoboken.: Wiley, 2010. xv, 188 p., il., 23 cm. ISBN 9780470598825.
216. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 750 p., il., 29 cm. ISBN 8576050013.
217. KOTLER, Philip; LEE, Nancy. **Marketing contra a pobreza**: as ferramentas da mudança social para formuladores de políticas, empreendedores, ONGS, empresas e governos. Tradução de Sonia Augusto. Porto Alegre: Bookman, 2010. 320 p., il., 23 cm. ISBN 9788577807116.
218. KOTLER, Philip; LEE, Nancy. **Marketing no setor público**: um guia para um desempenho mais eficaz. Tradução de Gabriela Perizzollo, Patrícia Lessa Flores da Cunha. Porto Alegre: Bookman, 2008. 350 p., il., 23 cm. ISBN 9788577800698.
219. KOTLER, Philip; ROBERTO, Eduardo L. **Marketing social**: estratégias para alterar o comportamento público. Tradução de José Ricardo Azevedo, Elizabeth Maria Braga. Rio de Janeiro: Campus, 1992. 392 p., 23 cm. ISBN 8570016611.
220. KOTLER, Philip; SOMKID JATUSRIPITAK. **A nova concorrência**. Tradução de José Ricardo Brandão Azevedo. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1986. 155 p., il., 26 cm. ISBN 8570540272.
221. KRAUSE, Gustavo Bernardo Galvão. **Laboratório de redação**. Ilustrações de Agécê Câmara Junior. Rio de Janeiro: FENAME, 1978. 180 p., il., 23 cm.
222. KRZYZANOWSKI, Rosaly Favero; IMPERATRIZ, Inês Maria de Moraes; ROSETTO, Márcia. **Subsídios para análise, seleção e aquisição de software para gerenciamento de bibliotecas**: experiência do Sistema Integrado de Bibliotecas da USP (SIBi/USP). São Paulo: USP, Sistema Integrado de Bibliotecas, 1996. 56, [12] p., il., 25 cm. (Cadernos de estudos, 5). ISBN 8573140062.
223. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis, metodologia jurídica. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000. 289 p., il., 24 cm. ISBN 852242439X.

224. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica:** ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis. São Paulo: Atlas, 1982. 231 p., 21 cm.
225. LAPA, Eduardo. **Gestão de conteúdo:** como apoio à gestão do conhecimento. Rio de Janeiro: Brasport, 2004. 144p., il., 23 cm. (Webinsider). ISBN 8574521876.
226. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing:** conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006. xv, 528 p., il., 28 cm. ISBN 8522442436.
227. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços.** São Paulo: Editora Atlas, 1991. 163 p., il., 24 cm. ISBN 8522406472.
228. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing:** conceitos, exercícios, casos. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997. 296 p., il., 24cm. ISBN 8522415420.
229. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing:** conceitos, exercícios, casos. São Paulo: Atlas, 1987. 302 p., il., 21cm. ISBN 8522402051.
230. LAS CASAS, Alexandri Luzzi (Coord.). **Marketing interativo:** a utilização de ferramentas e mídias digitais. São Paulo: Saint Paul Editora, [2010]. 175 p., il., 24 cm. ISBN 9788598838908.
231. LEITÃO, Barbara Julia Menezello. **Avaliação qualitativa e quantitativa numa biblioteca universitária:** grupos defoco. Niterói: Intertexto; Rio de Janeiro: Interciência, 2005. 148 p., 21 cm. ISBN 8571931313.
232. LEITE, Celso Barroso. **Ombudsman:** corregedor administrativo. Rio de Janeiro: Zahar, 1975. 148 p., 19 cm. (Ciências da administração).
233. LEVINSON, Jay Conrad. **Marketing de guerrilha:** táticas e armas para obter grandes lucros com pequenas emedias empresas. São Paulo: Editora Best Seller, c1989. 281 p., 21 cm. ISBN 8571231737.
234. LEVITT, Theodore. **Marketing para desenvolvimento dos negócios.** Tradução de Arruda A. A., A. B. Simões, J. R. Matias. J. R. Fortunato. São Paulo: Cultrix, 1975. 297 p., il., 19 cm.
235. LIKERT, Rensis. **Novos padrões de administração.** São Paulo: Pioneira, 1971. 307 p., il., 23 cm. (Bibliotecapioneira de administração e negócios).
236. LIMA, Afonso Augusto T. F. de Carvalho; ALBINO, Andréia Aparecida (Org.). **Marketing social:** influenciando comportamentos para o bem. Tradução de Jorge Ritter. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. 454 p., il., 25 cm. ISBN 9788577808373.
237. LIMA, Suzana Maria Valle (Org.). **Mudança organizacional:** teoria e gestão. Organização de Suzana Maria Valle Lima. Rio de Janeiro: FGV, 2003. 345 p., il., 24 cm. ISBN 8522504318.
238. LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. **E-marketing:** o marketing na internet com casos brasileiros. 2. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2007. xiii, 352 p., il., 24 cm. ISBN 9788502064287.

239. LINO, Renata (Org.). **Marketing digital para leigos**. Tradução de Marcella de Mello Silva. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014. xxii, 416 p., il., 25 cm. (Para leigos). ISBN 9788576088004.
240. LOBOS, Julio. **Comportamento organizacional**: leituras selecionadas. São Paulo: Atlas, 1978. 2 v., il., 22 cm.
241. LOBOS, Julio. **Encantando o cliente**: externo e interno. São Paulo: J. Lobos, 1993. 279 p., 23 cm.
242. LOPES, Ilza Leite. **Critérios de qualidade para avaliação da informação em saúde na World Wide Web**. Brasília: Universidade de Brasília, 2007. 191 p., il., 22 cm. (Tempus, 2). ISBN 9788561157036.
243. LOWMAN, Joseph. **Dominando as técnicas de ensino**. Tradução de Harue Ohara Avritscher. São Paulo: Editora Atlas, 2004. 309 p., 24 cm. ISBN 8522438153.
244. LUCENA, Maria Diva da Salette. **Planejamento estratégico e gestão do desempenho para resultados**. São Paulo: Atlas, 2004. 183 p., 24 cm. ISBN 8522437327.
245. LUTHER, William M. **Marketing plan**: da preparação a implantação. Tradução de Marcio Hegenberg. São Paulo: Norma, c1992. 198 p., 23cm. (Desenvolvimento gerencial). ISBN 8571801010.
246. MACHADO NETO, Manoel Marcondes. **Marketing cultural**: das práticas à teoria. 2. ed. rev. ampl. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2005. xxx, 306 p., il., 23 cm. ISBN 8573934638.
247. MACHLINE, Claude. **Gestão de marketing**. Coordenação de Sérgio Roberto, Dias. São Paulo: Saraiva, 2003. xviii, 539 p., il., 28 cm. ISBN 8502037870.
248. MADRUGA, Roberto Pessoa. **Gestão moderna de call center & telemarketing**: os 9 Gs indispensáveis para você entender, criar e revolucionar centrais de atendimento. São Paulo: Atlas, 2006. xviii, 161 p., il. ISBN 8522444951.
249. MAGALHÃES, Rodrigo. **Fundamentos da gestão do conhecimento organizacional**. Lisboa: Edições Síbaló, [2005]. 187 p., il., 24 cm. (Coleção APGG). ISBN 9726183901.
250. MAGER, Robert Frank. **A formulação de objetivos de ensino**. 6. ed Porto Alegre (RS): Globo, 1985. x, 138 p., 21 cm
251. MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Tradução de Nivaldo Montingelli Júnior, Alfredo Alves de Farias. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. 735 p., il., 28 cm. ISBN 857307728X.
252. MANUAL de padronização de textos do CEGRAF: normas básicas de editoração para a elaboração de originais, composição e revisão. 2. ed. rev. e ampl. Brasília: CEGRAF, 1991. 99 p., 22 cm.

253. MANZO, José Maria Campos. **Marketing**: uma ferramenta para o desenvolvimento. 10. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. 190 p., il, 21 cm. (Biblioteca de ciências da administração).
254. MANZO, José Maria Campos; CUNTO, Walter. **Marketing para executivos**. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975. 300 p., 21 cm.
255. MARTINS, Paulo Guilherme. **Eis a questão...** [S.l.: s.n., 1959?]. 1 v., il., 25 cm.
256. MASON, Joseph G. **O dirigente criativo**: criatividade aplicada à direção de empresas. São Paulo: IBRASA, 1968. 281 p., il, 21 cm.
257. MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Atlas, 2007. x, 151 p., il., 28 cm. ISBN 97885224485177.
258. MATOS, Francisco Gomes de. **Gerência participativa**: como obter a cooperação espontânea da equipe e desburocratizar a empresa. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, [1980]. 198 p., il, 21 cm. (Biblioteca do Exército,507).
259. MATOS, Francisco Gomes de. **Liderança integrada**: um novo conceito de eficácia. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1988. x, 159 p., 21 cm. (Gerência e administração, 6). ISBN 8503002051.
260. MATOS, Francisco Gomes de. **Negociação gerencial**: aprendendo a negociar. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1985. 244 p., 23cm. (Gerência e administração, 1). ISBN 850300058X.
261. MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998. 2 v., il., 24 cm. ISBN 8522408807.
262. MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997. 2 v., il., 24 cm. ISBN 8522408807.
263. MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. Ed. compacta. São Paulo: Atlas, 1996. 270 p., il., 24 cm. ISBN852241453X.
264. MATTAR, Fauze Najib; SANTOS, Dilson Gabriel dos. **Gerência de produtos**: como tornar seu produto um sucesso. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003. 346 p., il., 24 cm. + 1 CD-ROM. ISBN 8522433895.
265. MCCARTHY, E. Jerome. **Marketing**. Colaboração de Andrew A. Brogowicz. Tradução de José Ricardo Brandão Azevedo. Rio de Janeiro: Campus, c1982. 520 p., il., 23 cm. ISBN 8570010869.
266. MCDONALD, Malcolm. **Planos de marketing**: como preparar, como usar. Rio de Janeiro: Gráfica JB, 1993. ix, 338p., il, 23 cm. ISBN 8585018194.
267. MEGIDO, Jose Luiz Tejon; XAVIER, Coriolano. **Marketing & agribusiness**. 4. Ee. São Paulo: Atlas, 2003. 358 p., il.,24 cm. ISBN 8522433488.
268. MENDES, Sérgio Peixoto. **Gestão do conhecimento individual**: a physis, o homem, o conhecimento e a gestão: uma abordagem filosófica. Florianópolis: Visual Books, 2005. 210 p., il., 23 cm. ISBN 8575021605.

269. MÍDIAS eletrônicas, impressas e alternativas: o que são e como utilizar. Brasília: SEBRAE, 1995. 67 p., 21 cm. (Marketing para a pequena empresa, 3).
270. MILLER, Ian. **Successful bookselling**: a management training course. London: Book House Training Centre; Paris: Unesco, c1993. 197 p., il., 28 cm. ISBN 9231028383.
271. MILLER, Jerry. **O milênio da inteligência competitiva**. Tradução de Raul Rubenich. Porto Alegre: Bookman, 2002. xiv, 293 p., il., 25 cm. ISBN 8536300019.
272. MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 26. ed. Petrópolis: Vozes, 2001. 108 p., 18 cm. (Temas sociais, 1). ISBN 9788532611451.
273. MINICUCCI, Agostinho. **Técnicas de dinâmica de grupo**: brainstorming, seminário, simpósio, fórum, painel, outras 40 técnicas para reunião de pequenos e grandes grupos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1982. 155 p., il., 22 cm.
274. MINTZBERG, Henry. **The rise and fall of strategic planning**: reconceiving roles for planning, plans, planners. New York: Free Press, c1994. xix, 458 p., il., 24 cm. ISBN 0029216052.
275. MIRANDA, Roberto Campos da Rocha (org.). **Informação e conhecimento no legislativo**. Brasília: Câmarados Deputados, Edições Câmara, 2012. 177 p., il., 23 cm. (Relatos de pesquisa, 2). ISBN 9788573659320.
276. MORAIS, Juliana Girão de (Org.). **Ações premiadas no 9. Concurso Inovação na Gestão Pública Federal 2004**. Brasília: Escola Nacional de Administração Pública, 2005. 109 p., il., 21 cm. ISBN 8525600458.
277. MORALES CAMPOS, Estela. **El servicio de consulta**. Ciudad del México: Universidad Nacional Autonoma de Mexico, 1993. 101 p., il., 28 cm. (Manuales, 17). ISBN 9683630960.
278. MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**: edição executiva. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002. 421 p., il., 24cm. ISBN 8522431671.
279. MORSE, Stephen. **Administração de marketing**. São Paulo: McGraw-Hill, c1989. 174 p., il. ISBN 0074502247.
280. MYERS, James H.; REYNOLDS, William H. **Gerência de marketing e comportamento do consumidor**. Tradução de O. Edgar Orth. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1975. 366 p., il., 21 cm. (Administração de empresas, 4).
281. NASCIMENTO, Augusto; LAUTERBORN, Robert F. **Os 4E's de marketing e branding**: a evolução de conceitos e contextos até a era da marca como ativo intangível. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 150 p., il., 24 cm. ISBN 9788535227475.
282. NIEGARRD, Hellen; LAURIDSEN, Jens; SCHULZ, Knud (Ed.). **Library space**: inspiration for buildings and design. [Dinamarca]: The Danish Library Association, 2008. 160 p., il. color., 27 cm. ISBN 9788790849559.

283. NOBREGA, Clemente. **A ciência da gestão**: marketing, inovação, estratégia: um físico explica a gestão, a maior inovação do século XX, como uma ciência. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Rio, 2004. 183 p., il., 28 cm. ISBN 8587864394.
284. NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram dinâmica da inovação. Tradução de Ana Beatriz Rodrigues, Priscilla Martins Celeste. 13. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 358 p., il, 23 cm. ISBN 8535201777.
285. NUNES, João Coelho; COVIQUE, Luis. **Plano de marketing**: estratégia em acção. Lisboa: Dom Quixote, 2001. 380 p., il, 24 cm. (Biblioteca de economia e empresa, 67). ISBN 9722020552.
286. NUSS, Edith. **O cibermarketing**: modo de emprego. Tradução de Vasco Farinha. Lisboa: Instituto Piaget, [2000]. 382 p., il., 23 cm. (Sociedade e Organizações, 30). ISBN 9727714552.
287. O'BRIEN, James A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da Internet**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2004. xxiii, 431 p., [54 p.], il. (algumas col), 28 cm. ISBN 8502044079.
288. OLIVEIRA, Caroline Brito de. **Cooperação, compartilhamento e colaboração em redes**: o caso da Rede de Bibliotecas e Centros de Informação em Arte no Estado do Rio de Janeiro - REDARTE/RJ. Berlin: Novas Edições Acadêmicas, 2015. 185 p., il., 22 cm. ISBN 9783639751024.
289. OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Sistemas, organização e métodos**: uma abordagem gerencial. 14. ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora Atlas, 2004. 493 p., il., 24 cm. ISBN 8522438064.
290. OLIVEIRA, Jayr Figueiredo de. **T.I.C.:** tecnologias da informação e da comunicação. São Paulo: Editora Érica, 2003. 444 p., il., 24 cm. ISBN 8571949441.
291. OLIVEIRA, Lúcio Sérgio Porto. **Informação ou propaganda?**: o que recebemos?, o que percebemos?. Brasília: Thesaurus, 1996. 174 p., il., 21 cm. ISBN 8570620772.
292. OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 2001. xx, 320 p., il., 24 cm. ISBN 8522100705.
293. ORGANIZAÇÃO e operação de centros e serviços de informação tecnológica. Brasília: IBICT, 1989. 95 p., 30 cm.
294. PAIM, Ísis (Org.). **A gestão da informação e do conhecimento**. Belo Horizonte: Escola de Ciência da Informação/UFMG, 2003. 306 p., 22 cm. ISBN 8574700193.
295. PARASURAMAN, A.; COLBY, Charles L. **Marketing para produtos inovadores**: como e por que seus clientes adotam tecnologia. Porto Alegre: Bookman, 2002. 157 p., il., 23 cm. ISBN 8536300388.
296. PARRA, Nélío. **Técnicas audiovisuais de educação**. 2. ed. São Paulo: Edibell, [1970]. 216 p., il., 23 cm.

297. PATTEN, Dave. **Marketing para a pequena empresa**. Tradução de Júlio Soares Pereira. Lisboa: Editorial Presença, 1987. 235 p., 21 cm. (Biblioteca de Gestão Moderna, 19).
298. PENTEADO FILHO, José Roberto Whitaker. **Marketing no Brasil não é fácil**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1990. 178 p., il., 23 cm. ISBN 8521606753.
299. PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A técnica da comunicação humana**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1969. 332 p., 23 cm. (Biblioteca pioneira de administração e negócios).
300. PÉREZ GIFFONI, Maria Cristina; SABELLI, Martha. **Los estudios de usuarios de información**: construcción de una línea de investigación y docencia en el Uruguay. Montevideo: Escuela Universitaria de Bibliotecología y Ciencias Afines. Universidad de la República, 2010. 319 p., 24 cm. ISBN 9789974006379.
301. PERUZZO, Cicilia Krohling; ALMEIDA, Fernando (Org.). **Comunicação para a cidadania**. Salvador: UNEB; São Paulo: INTERCOM, 2003. 294 p., 21 cm. (Coleção Intercom de comunicação, 17). ISBN 8588537079.
302. PETER, Laurence J. **A competência ao alcance de todos**: (as receitas de Peter). Tradução de Carlos Lage. Ilustrações de Juarez Machado. 2. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1976. 190 p., il., 21 cm.
303. PETER, Laurence J.; HULL, Raymond. **Todo mundo é incompetente inclusive você**: as leis da incompetência. Ilustrações de Ziraldo; tradução de Heitor Ferreira. 3. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1971. 195 p., il., 21 cm.
304. PHILLIPS, Deborah. **Longman preparation course for the TOEFL**. New York: Longman, 1989. 282 p., 29 cm. ISBN 0201846764.
305. PHILLIPS, Deborah. **Longman preparation course for the TOEFL**: tapescript and answer key. New York: Longman, 1989. 56 p., 26 cm. ISBN 0582037484.
306. PINHEIRO, Antônio P. **Marketing racional**: do produtor ao consumidor. São Paulo: EBRAS, 1987. xviii, 131 p., 25 cm.
307. PINHEIRO, Duda; GULLO, José. **Comunicação integrada de marketing**: gestão dos elementos de comunicação: suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa. São Paulo: Atlas, 2005. x, 209 p., il., 24 cm. ISBN 8522440514.
308. PINHO, J. B. **Comunicação em marketing**: princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papyrus, 1988. 194 p., il., 21 cm.
309. POLITO, Reinaldo. **Como falar corretamente e sem inibições**. 22. ed. São Paulo: Saraiva, 1989. 208 p., 21 cm. ISBN 8502002953.
310. POLO, Fernando; POLO, Juan Luis. **#socialholic**: tudo o que você precisa saber sobre marketing nas mídias sociais. São Paulo: Editora SENAC Sao Paulo, 2015. 398 p., il, 23 cm. ISBN 9788539609116.

311. PORTO, Camila. **Facebook marketing**. São Paulo: Novatec, 2014. 355 p., il., 23 cm. ISBN 9788575223987.
312. PREDEBON, José. **Criatividade**: abrindo o lado inovador da mente: um caminho para o exercício prático dessa potencialidade, esquecida ou reprimida quando deixamos de ser crianças. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1998. 228 p., il., 24 cm. ISBN 8522420963.
313. PRÊMIO de inovação em inteligência competitiva. Brasília: ABRAIC, 2005. 215 p., il., 21 cm. ISBN 8598421030.
314. PROBST, Gilbert; ROMHARDT, Kai; RAUB, Steffen. **Gestão do conhecimento**: os elementos construtivos do sucesso. Porto Alegre: Bookman, 2002. 286 p., il., 25 cm. ISBN 8573079789.
315. QUEL, Luiz Felipe. **Gestão de conhecimentos e os desafios da complexidade nas organizações**. São Paulo: Saraiva, 2006. 116 p., il., 24 cm. ISBN 8502058657.
316. RAMOS, Maria Etelvina Madalozzo (Org.). Tecnologia e novas formas de gestão em bibliotecas universitárias. Ponta Grossa: Editora UEPG, 1999. 249 p., 22 cm. ISBN 8586941026.
317. RAPP, Stan; COLLINS, Tom. **Maximarketing**. Tradução de Mirian Fonseca Diniz. São Paulo: McGraw-Hill, c1988.xx, 345 p., il., 24 cm. (Eficacia empresarial). ISBN 0074503782.
318. RAUDSEPP, Eugene. **Arte de apresentar idéias novas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1986. xii, 121 p., 21 cm. ISBN 8522501203.
319. RAVICHANDRA RAO, Inna Kedage. **Métodos quantitativos em Biblioteconomia e Ciência da Informação**. [Washington]: Organização dos Estados Americanos; Brasília: Associação dos Bibliotecários do Distrito Federal, 1986. 269 p., il., 24 cm. ISBN 8523002340.
320. RAZZOLINI FILHO, Edelvino; ZARPELON, Márcio Ivanor. **Dicionário de administração de A a Z**: mais de 500 expressões e assuntos que você deve saber em administração com indicações para saber mais. 2. ed. rev. e atual. Curitiba: Juruá, 2005. 211 p., il., 22 cm. ISBN 8536210214.
321. A REDAÇÃO como libertação. Brasília: UnB, [1988]. 95 p., il., 27 cm. ISBN 8523002553.
322. REEDY, Joel; SCHULLO, Shauna; ZIMMERMAN, Kenneth. **Marketing eletrônico**: a integração de recursos eletrônicos ao processo de marketing. Tradução de James F. Sunderland Cook. Porto Alegre: Bookman, 2001. 413 p., il., 28 cm. ISBN 8573078464.
323. REIN, Irving J.; KOTLER, Philip; STOLLER, Martin. **Marketing de alta visibilidade**. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1999. xxiv, 295 p., 24 cm. ISBN 8534610185.
324. RIBEIRO, Áurea; FLEURY, Ângela. **Marketing e serviços que ainda fazem a diferença**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2006. xiii, 215 p., il., 24 cm. ISBN 8502059505.

325. RIBEIRO, Carlos Reinaldo Mendes. **A empresa holística**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1993. 169 p., il., 23 cm.
326. RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. Colaboração de José Augusto de Souza Peres. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora Atlas, 1999. 334 p., 24 cm. ISBN 8522421110.
327. RICHERS, Raimar. **O que é marketing**. São Paulo: Abril Cultural: Brasiliense, 1985. 107 p., 16cm. (Primeiros passos, 55).
328. RIES, Al; TROUT, Jack. **Marketing de guerra II: a ação**. Tradução de Lars Gustav Erik Unonius. 2. ed. São Paulo: McGraw-Hill, c1989. 210 p., 24 cm. (Eficácia empresarial). ISBN 0074504541.
329. ROBBINS, Stephen, P. **Comportamento organizacional**. Tradução de Reynaldo Cavalheiro Marcondes. 9. Ed. São Paulo: Pearson, 2002. xvii, 637 p., il., 28 cm. ISBN 8587918168.
330. ROBREDO, Jaime. **Manual de editoração**. 2. ed. Brasília: Associação dos Bibliotecários do Distrito Federal, 1988. iv, 156 p., il., 22 cm.
331. ROCHA, Angela da; CHRISTENSEN, Carl H. **Marketing: teoria e prática no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999. 284 p., il., 28 cm. ISBN 8522420718.
332. ROCHA, Lygia Carvalho. **Consumidor: como elaborar o seu perfil**. Rio de Janeiro: LTC, 2009. 246 p., 24 cm. (Gestão estratégica). ISBN 9788521616672.
333. ROCHA, Lygia Carvalho. **Criatividade e inovação: como adaptar-se às mudanças**. Rio de Janeiro: LTC, 2009. 134 p., 24cm. (Gestão estratégica). ISBN 9788521616665.
334. ROCHA, Lygia Carvalho. **Orientação para clientes**. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2004. 117 p., 21cm. (Biblioteca de competências). ISBN 8574581453.
335. ROE, C. Graeme. **Marketing para a pequena e média empresa**. Tradução de Carlos Kronauer. Rio de Janeiro: Hachette do Brasil, 1975. 153 p., 21 cm.
336. ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos e conclusão, dissertações e estudos de caso**. Colaboração de Gracie Vieira Becker, Maria Ivone Mello. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2005. 308 p., 24 cm. ISBN 8522440492.
337. ROGERS, Everett M. **Diffusion of innovations**. 4th ed. New York: Free Press, 1995. xvii, 519 p., il., 24 cm. ISBN0029266718.
338. ROSSATTO, Maria Antonieta. **Gestão do conhecimento: a busca da humanização, transparência, socialização e valorização do intangível**. Rio de Janeiro: Interciência, 2003. xii, 264 p., il., 25 cm. ISBN 8571930880.
339. ROSSI, Mônica Zaidan (Org.). **Fundamentos de pesquisa de marketing**. Tradução de Dalton Conde de Alencar. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005. xviii, 312 p., il., 28 cm. ISBN 8521614373.

340. ROTH, Charles B. **Como vender bem 365 dias por ano**. Tradução de Aydano Arruda. São Paulo: Best-Seller, 1964. 146 p., 21 cm.
341. ROTONDARO, Roberto G. (Coord.). **Seis sigma**: estratégia gerencial para a melhoria de processos, produtos e serviços. São Paulo: Editora Atlas, 2002. 375 p., il., 24 cm. ISBN 8522431477.
342. ROWLEY, J. E. **Being an information innovator**. London: Facet Pub., 2011. xvi, 189 p., il., 24 cm. ISBN 9781856046718.
343. ROWLEY, J. E. **Information marketing**. 2nd. ed. Aldershot: Ashgate, c2006. xvi, 228 p., il., 24 cm. ISBN 0754644138.
344. ROZENFELD, Henrique. **Gestão de desenvolvimento de produtos**: uma referência para a melhoria do processo. São Paulo: Saraiva, 2006. xxvii, 542 p., il., 28 cm. ISBN 9788502054462.
345. RUAS, Roberto L. **Os novos horizontes da gestão**: aprendizagem organizacional e competências. Colaboração de Claudia Simone Antonello, Luiz Henrique Boff. Porto Alegre: Bookman, 2005. 222 p., il., 25 cm. ISBN 8536304251.
346. RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Marketing turístico**: um enfoque promocional. Campinas: Papirus, 1991. 124 p., 21cm. (Turismo). ISBN 853080158X.
347. SÁBBER, Marina. **Jornalismo**: sangue que corre nas veias. Campo Grande: Editora UCDB, 2003. 126 p., il., 21 cm
348. SAMANEZ ALZAMORA, Doris (Ed.). **Uma aventura entre vocês juveniles**: la biblioteca pública como lugar de encuentro. Lima, Peru: Metanoia, 2005. 149 p., il, 21 cm.
349. SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing**: conceitos e metodologia. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 1997. xii, 220 p., il., 24 cm. ISBN 9788576050834.
350. SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 4. ed. rev. ampl. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013. 294 p., il., 23 cm. ISBN 9788535260809.
351. SANTIAGO JUNIOR, José Renato Sátiro; SANTIAGO, José Renato Sátiro. **Capital intelectual**: o grande desafio das organizações. São Paulo: Novatec, 2007. 320 p., il., 23 cm. ISBN 9788575221297.
352. SANTOS, Edison. **Marketing para principiantes**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, c1979. 91 p., il., 21cm. (Edições de ouro).
353. SANTOS, Rubens da Costa (Org.). **Comportamento do cliente**: indo além do comportamento do consumidor. Tradução de Lenita M. R. Esteves. São Paulo: Atlas, 2001. 795 p., il., 28 cm. ISBN8522429022.
354. SAPIRO, Arão (Org.). **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000. 764 p., il., 29 cm. ISBN 858791801X.

355. SCHAFF, Adam. **A sociedade informática**: as consequências sociais da segunda revolução industrial. São Paulo: Ed. UNESP, 1993. 157 p., 21 cm.
356. SCHARF, Edson Roberto. **Gestão do conhecimento aplicada ao marketing**. Florianópolis: Visual Books, 2007. 254 p., il., 23 cm. ISBN 9788575022115.
357. SEETHARAMA, S. **Diretrizes para o estabelecimento de unidades de consolidação da informação**. Brasília: IBICT, 1993. 1 v., 30 cm. ISBN 8570130228.
358. SELZNICK, Philip. **A liderança na administração**: uma interpretação sociológica. Tradução de Arthur Pereira e Oliveira Filho. Rio de Janeiro: FGV, 1972. 140 p., 21 cm.
359. SERAFINI, Maria Teresa. **Como escrever textos**. Tradução de Maria Augusta Bastos de Mattos. Rio de Janeiro: Globo, [1987]. 221 p., il., 21 cm. ISBN 8525003436.
360. SILVA, Anielson Barbosa da; GODOI, Christiane Kleinübing; Bandeira-de-Mello, Rodrigo (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2006. xx, 460 p., il., 24 cm. ISBN 8502059483.
361. SILVA, Antonio Carlos Teixeira da. **Inovação**: como criar ideias que geram resultados. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010. 181 p., il., 21 cm. ISBN 9788573039689.
362. SILVA, Joston Miguel. **Um programa de dinamica de grupo e relacoes humanas, 1**. 2. ed. [S.l.]: Joston Miguel Silva, 1979. 180 p., il., 21 cm.
363. SILVA, Ricardo Vidigal da; NEVES, Ana (Org.). **Gestão de empresas na era do conhecimento**. São Paulo: Serinews, 2004. 551 p., il., 24 cm. ISBN 8598983012.
364. SILVEIRA, Amelia (Org.). **Marketing em bibliotecas e serviços de informação**: textos selecionados. Brasília: IBICT, 1987. 185 p.: il.; 21cm. (Textos técnicos). ISBN 8570130112.
365. SILVEIRA, Amelia. **Marketing em bibliotecas universitarias**. Florianópolis: Ed. UFSC, 1992. 197 p., il., 21 cm.
366. SIMCSIK, Tibor; POLLONI, Enrico Giulio Franco. **Tecnologia da informação automatizada**. São Paulo: Berkeley, 2002. xl, 467 p., il., 24 cm. ISBN 8572516336.
367. SIMÕES, Roberto. **Iniciação ao marketing**. 4. ed. rev e ampl. São Paulo: Atlas, 1980. 160 p., 21 cm.
368. SIMÕES, Roberto. **Marketing básico**. São Paulo: Saraiva, 1976. 340 p., il, 21 cm.
369. SIQUEIRA, José de Oliveira (Org.). **Métodos de pesquisa em ciências do comportamento**. Tradução de Paula Inez Cunha Gomide, Emma Otta. São Paulo: Atlas, 2009. 454 p., il., 24 cm. ISBN9788522433636.
370. SIQUEIRA, Marcelo Costa. **Gestão estratégica da informação**. Rio de Janeiro: Brasport, 2005. xii, 158 p., il., 23cm. ISBN 8574522392.

371. SOCIEDADE da informação: ciência e tecnologia para a construção da sociedade da informação no Brasil: bases para o Brasil na sociedade da informação: conceitos, fundamentos e universo político da indústria e serviços de conteúdo. Brasília: CNPq/IBICT; São Paulo: Instituto UNIEMP, 1998. 164 p., 21 cm.
372. SOUTO, Leonardo Fernandes (Org.). **Gestão da informação e do conhecimento:** práticas e reflexões. Rio de Janeiro: Interciência, 2014. 293 p., il., 24 cm. ISBN 9788571933354.
373. SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomás de Aquino (Org.). **Empreendedorismo além do plano de negócio.** São Paulo: Atlas, 2005. xxiv, 259 p., il. ISBN 9788522441754.
374. SOUZA, Francisco Alberto Madia de (Org.). **As 22 consagradas leis do marketing.** Tradução de Bárbara Theoto Lambert. São Paulo: Makron Books, 1993. xvii, 112 p., il., 24 cm. ISBN 8534600511.
375. SOUZA, Francisco Alberto Madia de (Org.). **Espelho, espelho meu... existe gerente mais eficaz queeu?.** Tradução de Flávio Denny Stephen. São Paulo: McGraw-Hill, c1989. xv., 204 p., il., 24 cm. (eficácia empresarial). ISBN 0074500074.
376. SOUZA, Francisco Alberto Madia de. **Marketing trends 2012:** as mais importantes tendências do marketing para os próximos anos. São Paulo: M.Books, 2011. 272 p., 23 cm. ISBN 9788576801276.
377. SOUZA, Francisco Alberto Madia de. **Marketing trends 2013.** São Paulo: M. Books, 2013. 220 p., 23 cm. ISBN 9788576802006.
378. STAREC, Claudio; GOMES, Elizabeth; BEZERRA, Jorge (Org.). **Gestão estratégica da informação e inteligência competitiva.** São Paulo: Saraiva, 2005. xvi, 351 p., il., 25 cm. ISBN 8502053809.
379. STERNE, Jim. **Marketing na web:** integrando a web a sua estratégia de marketing. Tradução de Tom Venetianer. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 398 p., il., 24 cm. ISBN 8535205594.
380. STEWART, Thomas A. **Capital intelectual:** a nova vantagem competitiva das empresas. 14. ed. Rio de Janeiro: Campus: Elsevier, [2005]. xxi, 237 p., 23 cm. ISBN 8535202471.
381. STONE, Merlin; WOODCOK, Neil. **Marketing de relacionamento.** Tradução de Luiz Liske. São Paulo: Littera Mundi, 1998. 197 p., 23 cm. ISBN 8585497637.
382. SUASSUNA, Ney Robinson. **É proibido ter idéias novas, ou, a velhice do novo.** Rio de Janeiro: Sesat, 1978. 60 p., 21 cm.
383. SUTTER, Eric. **Le marketing des services d'information:** pour un usage de l'informstion documentaire. Paris: ESF Éditeur, [1994]. 207 p., 24 cm. (Systèmes d'Information et Nouvelles Technologies). ISBN 2710110687.
384. SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações:** gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento. Tradução de Luiz Euclides Trindade Frazão Filho. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, [2001]. xiv, 260 p., il., 23 cm. ISBN 8535202773.

385. TABACHNICK, Barbara G.; FIDELL, Linda S. **Using multivariate statistics**. 3rd ed. New York: Harper Collins College Publishers, c1996. xxx, 880 p., il., 25 cm. ISBN 0673994147.
386. TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. **Gestão do conhecimento**. Tradução de Ana Thorell. Porto Alegre: Bookman, 2008. 319 p., il., 25 cm. ISBN 9788577801916.
387. TARAPANOFF, Kira; ALVARES, Lillian. **Cenários para serviços informacionais**: infra-estrutura de telecomunicações. Brasília: Thesaurus, 1994. 42 p., il., 21 cm.
388. TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão**: informa ou deforma?. Brasília: IBICT, 2009. 258 p., il.(algumas col.), 24 cm. ISBN 9788570130655.
389. TEIXEIRA FILHO, Jayme. **Gerenciando conhecimento**: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento dos negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. SENAC, 2001. 191 p., il., 23 cm. ISBN 858786405X.
390. TEIXEIRA, Elson Adalberto. **Aprendizagem e criatividade emocional**. São Paulo: Makron Books, 1998. xx, 129 p.,il., 24 cm. ISBN 8534608806.
391. TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**: cases, conceitos, dicas e ferramentas. 2. ed. rev. atual. São Paulo: M.Books, c2011. 211 p., il, 23 cm. ISBN 9788576800958.
392. TERRA, José Cláudio Cyrineu; GORDON, Cindy. **Portais corporativos**: a revolução na gestão do conhecimento. Tradução de Érica Saubermann, Rodigo Baroni. São Paulo: Negócio, c2002. xxi, 453 p., 23 cm. ISBN 8586014842.
393. THOMSETT-SCOTT, Beth C. (Ed.). **MARKETING with social media**: a LITA guide. Chicago: Facet publishing, 2014. xi, 178 p., il., 23 cm. ISBN 9781783300013.
394. TOLEDO, Geraldo Luciano. **Marketing bancário**: análise, planejamento, processo decisório. São Paulo: Editora Atlas, 1978. 259 p., 22 cm.
395. TORQUATO, Gaudêncio. **Marketing político e governamental**: um roteiro para campanhas políticas e estratégias de comunicação. 2. ed São Paulo: Summus, 1985. 87 p., 21cm. (Novas buscas em comunicação, 5).
396. TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital**: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, [2009]. 399 p., il, 23 cm. ISBN 9788575222027.
397. TORRES, Roberto. **Personalização na Internet**: como descobrir os hábitos de consumo de seus usuários, fidelizá-los e aumentar o lucro de seu negócio. São Paulo: Novatec, c2004. 159 p., il., 23 cm. ISBN8575220616.
398. TRENTI ROCAMORA, José Luis. **Qué hacer con mi libro**. 10. ed. Buenos Aires: Editorial Dunken, 2001. 89 p., 21cm. ISBN 9785181587.

399. TURBAN, Efraim; MCLEAN, Ephraim; WETHERBE, James C. **Tecnologia da informação para gestão**: transformando os negócios na economia digital. Tradução de Renate Schinke. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. 660 p., il., 29 cm. ISBN 8536303417.
400. TUZZO, Simone Antoniacci. **Os sentidos do impresso**. Goiânia: UFG, 2016. 239 p., 21 cm. (Rupturas metodológicas para uma leitura crítica da mídia, 5). p. 225-239. ISBN 978854950007.
401. UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Sistema de Bibliotecas. **Normas para apresentação de trabalhos**. 5. Ed. Curitiba: Ed. UFPR, 1995. 8 v., il., 22 cm. ISBN 858513271X.
402. VALENTIM, Marta Ligia Pomim (Org.). **Ambientes e fluxos de informação**. Organização de Valentim. São Paulo: Cultura Acadêmica, c2010. 281 p., il., 23 cm. ISBN 9788579830679.
403. VALENTIM, Marta Ligia Pomim (Org.). **Gestão da informação e do conhecimento no âmbito da ciência da informação**. São Paulo: Polis: Cultura Acadêmica, [2008]. 268 p., il., 21 cm. ISBN 9788572280280.
404. VALENTIM, Marta Ligia Pomim (Org.). **Informação, conhecimento e inteligência organizacional**. Marília: Fundepe Ed., 2006. 281 p., il., 23 cm.
405. VALENTIM, Marta Ligia Pomim (ORG.). **Métodos qualitativos de pesquisa em Ciência da Informação**. São Paulo: Polis, 2005. 171 p., il., 21cm. (Palavra-chave, 16). ISBN 8572280219.
406. VAZ, Conrado Adolpho. **Google marketing**: o guia definitivo de marketing digital. 2. ed. São Paulo: Novatec, 2008. 472 p., il., 24 cm. ISBN 9788575221617.
407. VENETIANER, Tom. **Como vender seu peixe na Internet**: um guia prático de marketing e comércio eletrônicos. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, c2000. 270 p., il., 23 cm. ISBN 8535205322.
408. VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005. 287 p., il., 24 cm. ISBN 852243963X.
409. VIEGAS, Waldyr. **Fundamentos de metodologia científica**. 2. ed. Brasília: Ed. UnB: Paralelo 15, 1999. 251 p., 21cm. ISBN 8586315249.
410. VON KROGH, Georg; ICHIJO, Kazuo; NONAKA, Ikujiro. **Facilitando a criação de conhecimento**: reinventando a empresa com o poder da inovação contínua. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 350 p., il., 24 cm. ISBN 8535208607.
411. WEINGAND, Darlene E. **Connections... literacy and cultural heritage**: lessons from Iceland. Metuchen: Scarecrow Press, 1992. xv, 213 p., il., 21 cm. ISBN 081082602X.
412. WEINGAND, Darlene E. **Customer service excellence**: a concise guide for librarians. Chicago: American Library Association, 1997. xii, 136 p., il., 23 cm. ISBN 0838906893.

413. WEINGAND, Darlene E. **Future-driven library marketing**. Chicago: American Library Association, 1998. xii, 189 p., il., 23 cm. ISBN 0838907350.
414. WEINGAND, Darlene E. **Managing today's public library: blueprint for change**. Englewood: Libraries Unlimited, 1994. x, 185 p., il., 25 cm. ISBN 0872878074.
415. WEINGAND, Darlene E. **Marketing/planning library and information services**. Littleton: Libraries Unlimited, 1987. xvi, 152 p., il., 24 cm. ISBN 0872875164.
416. WESTWOOD, John. **O plano de marketing: como elaborar um plano de marketing competente, objetivo e vencedor**. Tradução de José Carlos Barbosa dos Santos. Revisão de Dilson Gabriel dos Santos. São Paulo: Makron Books, 1992. 253 p.: il., 24 cm. ISBN 007460984X.
417. WITHROW, Jean. **Effective writing: writing skills for intermediate students of American English: student's book**. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. v, 90 p., il., 26 cm. ISBN 0521316081.
418. WORLD CONFERENCE ON CONTINUING PROFESSIONAL EDUCATION FOR THE LIBRARY AND INFORMATION SCIENCE PROFESSIONS, (2nd., 1993, Barcelona, Spain). **Continuing professional education and IFLA: past, present, and a vision for the future : papers from the IFLA CPERT Second World Conference on Continuing Professional Education for the Library and Information Science Professions : a publication of the Continuing Professional Education Round Table (CPERT) of the International Federation of Library Associations and Institutions**. München: K.G. Saur, 1993. xii, 365 p., 22 cm. (IFLA publications, 66/67). ISBN 3598217943
419. WORMELL, Irene. **Success factors for fee-based information services**. Esbo: NORDINFO, [1996]. 134 p., 25 cm. (NORDINFO-publikation, 36). ISBN 9515310180.
420. YANAZE, Mitsuru Higuchi (Org.). **Marketing & comunicação: funções, conceitos e aplicações**. São Paulo: Editora STS, [2006]. 149 p., 21 cm. ISBN 8574830402.
421. YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing: avanços e aplicações**. Colaboração de Basile Emmanouel Mihailidis. São Paulo: Saraiva, 2007. xvii, 554 p., il., 28 cm. ISBN 9788502061897.
422. YIN, Robert k. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradução de Daniel Grassi. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 212 p., il., 23 cm. (Métodos de Pesquisa). ISBN 8536304626.
423. ZALTMAN, Gerald. **Afinal, o que os clientes querem?: o que os consumidores não contam e os concorrentes não sabem**. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2003. 363 p., il., 22 cm. ISBN 8535212272.
424. ZEFF, Robbin. **Publicidade na Internet**. Tradução de Tom Venetianer. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 452 p., il., 24 cm. ISBN 8535206418.
425. ZENONE, Luiz Claudio. **Marketing estratégico e competitividade empresarial: formulando estratégias mercadológicas para organizações de alto desempenho**. São Paulo: Novatec, 2007. 180 p., il., 23 cm. ISBN 9788575221174.

426. ZENONE, Luiz Claudio; BUAIRIDE, Ana Maria Ramos. **Marketing da comunicação**: a visão do administrador demarketing. São Paulo: Futura, 2002. 188 p., il., 23 cm. ISBN 8574131199.

5 PERIÓDICOS DA COLEÇÃO SUELI ANGELICA DO AMARAL

1. AMARAL, Sueli Angelica do. Biblioteca e Constituição. Separata de: **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, ano 32, n. 126, p. 221-229, abr./jun. 1995.
2. AMARAL, Sueli Angelica do. Do Marketing à auditoria em serviços de informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 25, n. 3/4, p.18-28, jul./dez. 1992.
3. AMARAL, Sueli Angelica do. El profesional de la información para el Siglo XXI. **Infodiversidad**, Buenos Aires, v. 14, p. 11-27, 2009
4. AMARAL, Sueli Angelica do. Impacto das atividades de marketing relativas à promoção de serviços no CIN/CNEN. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 23/24, n. 1, p. 43-68, especial 1999/2000.
5. AMARAL, Sueli Angelica do. Marketing adoption in Brazilian geoscience and mineral technology libraries: a study od library managers' opinions. **Infomediary**, v. 5, n. 2/3, p. 95-104, 1991. Special issue: Brokerage of Japanese Information.
6. AMARAL, Sueli Angelica do. Marketing and Brazilian Libraries. **International Journal of Information and Library Research**, London, v. 4, n. 2, p. 115-126, 1992.
7. AMARAL, Sueli Angelica do. Marketing e criatividade em serviços de informação. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 22, n. 2, p. 231-235, jul./dez. 1998. (Palestra proferida no XVIII Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação, em São Luís, MA, 1997).
8. AMARAL, Sueli Angelica do. Marketing e gerência de biblioteca. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 18, n. 2, p. 311-317, jul./dez. 1990.
9. AMARAL, Sueli Angelica do. Marketing no ciberespaço: o desafio profissional das unidades de informação brasileiras no contexto da sociedade da informação. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 23/24, n. 1, p. 69-88, especial 1999/2000.
10. AMARAL, Sueli Angelica do. O Natal na mídia brasileira. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, vol. XXII, n. 1, p. 187-213, jan./jun. 1999. (Resenha).
11. AMARAL, Sueli Angelica do. O profissional da informação e as técnicas de marketing. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 23/24, n. 2, p. 173-188, especial 1999/2000
12. AMARAL, Sueli Angelica do. Os multimeios, a biblioteca e o bibliotecário. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 15, n. 1, p. 45-68, jan./jun. 1987.
13. AMARAL, Sueli Angelica do. What library managers know about marketing: a study of brazilian geoscience and mineral technology libraries. **Information Development**, London, v. 8, n. 2, p. 90-94, abril 1992.

14. BOTELHO, Tania Maria; BATISTA, Sofia Galvão; AMARAL, Sueli Angélica de. Information and Society: an intelligent society in transformation?. **International Journal of Information and Library Research**, London, v. 6, n. 1/2, p. 64-76, 1994.
15. LOBO, Maria de Fátima Diniz. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 15, n. 2, p. 371-372, jul./dez. 1987. Recensões. (Recensão da obra de: AMARAL, Sueli Angélica do & PINGARILHO, Maria de Nazaré Ferreira. Periódicos e publicações seriadas em Geologia; guia internacional. São Paulo: Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração, 1987. 460 p).
16. REVISTA INTERAMERICANA DE BIBLIOTECOLOGÍA. Colombia: Universidad de Antioquia, v. 26, n.1, enero/junio de 2003. ISSN 0120-0976. (Página 169 contém a divulgação do Livro de Sueli Angélica do Amaral, Promoção: o marketing visível da informação).

6 PRODUÇÃO INTELECTUAL

A produção intelectual nacional e internacional da Prof^a Sueli Angélica do Amaral computada até o ano de 2017, com base nos dados coletados no currículo Lattes, conta com 208 itens, subdivididos em 48 artigos de periódicos, 10 livros, 17 capítulos de livros, 55 trabalhos completos publicados em anais de congressos, 59 trabalhos apresentados em congressos e 29 resumos publicados em anais de congressos em autoria solo ou em coautoria.

A produção aqui arrolada em língua portuguesa, espanhola ou inglesa apresenta cobertura relativa às temáticas voltadas para o marketing da informação; marketing em unidades de informação; marketing em ambientes tradicionais, digitais, virtuais e heterogêneos; produtos e serviços de informação; estudos de usuários; qualidade da informação; segurança da informação e do conhecimento; formação profissional em Biblioteconomia e Ciência da Informação; ensino e pesquisa em Ciência da Informação; pesquisa qualitativa; flexibilização curricular; inteligência competitiva; gestão do conhecimento; gestão da informação; Websites; movimento associativo; desenvolvimento social; inclusão social; multimeios; periódicos e publicações seriadas; usabilidade; Biblioteconomia Pública; Biblioteconomia Escolar; Biblioteconomia Especializada; Biblioteconomia Universitária; Biblioteconomia Jurídica; Geociências e Tecnologia Mineral.

6.1 ARTIGOS DE PERIÓDICOS

1. AMARAL, S. A. Users, consumers, and information services agencies from marketing perspective. **Transinformacao**, Campinas, v. 29, p. 27-38, 2017.
2. AMARAL, S. A. Mercadotecnia, servicios y usuarios de información: reflexiones para bibliotecas. **Biblioteca Universitária**, v. 18, p. 99-111, 2015.
3. AMARAL, S. A. User study and information marketing. **Brazilian Journal of Information Science**, v. 7, p. 3-24, 2013.
4. AMARAL, S. A. Estudos de usuários e marketing da informação. **Brazilian Journal of Information Science**, v. 7, p. 3-25, 2013.
5. AMARAL, S. A. Editorial. **Brazilian Journal of Information Science**, v. 7, p. 1-2, 2013.
6. SOUSA, A. J. F. P.; AMARAL, S. A. Impacto do compartilhamento da informação e do conhecimento para o desenvolvimento de inovações em grandes organizações. **Perspectivas em Gestao & Conhecimento**, João Pessoa, v. 2, p. 12-26, 2012.
7. AMARAL, S. A. Gestão da informação e do conhecimento: o GT4 no XII ENANCIB. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 2, p. 1-3, 2012.
8. AMARAL, S. A.; SOUSA, A. J. F. P. Qualidade da informação e intuição na tomada de decisão organizacional. **Perspectivas em Ciência da Informação** (Impresso), Belo Horizonte, v. 16, p. 133-146, 2011.

9. AMARAL, S. A. Marketing da informação: abordagem inovadora para a gestão de unidades de informação. **Percursos** (Online), Florianópolis, v. 12, p. 22-38, 2011.
10. AMARAL, S. A. Marketing da informação: abordagem inovadora para entender o mercado e o negócio da informação. **Ciência da Informação** (Online), Brasília, v. 40, p. 85-98, 2011.
11. Araújo, W. J. de; AMARAL, S. A. Gestão da segurança do conhecimento: uma proposta de modelo. **Informação & Sociedade: Estudos** (UFPB. Online), João Pessoa, v. 20, p. 91, 2010.
12. AMARAL, S. A. El profesional de la información para el Siglo XXI. **Infodiversidad**, Buenos Aires, v. 14, p. 11-27, 2009.
13. FEITOSA, P. A. C.; AMARAL, S. A. Promoção da informação sobre tecnologias e produtos orgânicos na Embrapa Hortaliças. **Ciência da Informação** (Impresso), Brasília, v. 38, p. 48-63, 2009.
14. AMARAL, S. A. Marketing da informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 18, p. 31, 2008.
15. AMARAL, S. A.; GUIMARÃES, T. P. Websites de unidades de informação como ferramentas de comunicação com seus públicos. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 26, p. 1-20, 2008.
16. AMARAL, S. A. Gestão da informação e do conhecimento nas organizações e a orientação de marketing. **Informação & Informação**, (Online), Londrina, v. 13, p. 52-70, 2008.
17. AMARAL, S. A. Sitios electrónicos de las bibliotecas públicas y del Manifiesto de UNESCO: estudio de las bibliotecas brasileñas. **Infodiversidad**, Buenos Aires, v. 13, p. 11-29, 2008.
18. AMARAL, S. A.; SOUZA, K. M. L. Funções desempenhadas pelos websites de bibliotecas jurídicas governamentais brasileiras. **Investigación Bibliotecológica**, México, v. 22, p. 165-186, 2008.
19. AMARAL, S. A. Relatório geral do 2º INTEGRAR. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação** (Impresso), São Paulo, v. 2, p. 132-146, 2006.
20. AMARAL, S. A. Websites: uso de tecnologias no cumprimento das funções da biblioteca. **Informação & Sociedade** (Impresso), João Pessoa, v. 15, n.2, p. 1-16, 2005.
21. AMARAL, S. A. Acciones del movimiento asociativo para dar valor a los servicios bibliotecarios: una experiencia brasileña. **Infodiversidad**, Buenos Aires, v. 7, p. 77-94, 2004.
22. AMARAL, S. A. Investigación en Ciencia de la Información: un desafío latinoamericano para construir la sociedad de la información. **Infodiversidad**, Buenos Aires, v. 5, p. 13-34, 2003.

23. AMARAL, S. A. Missões do Manifesto da UNESCO para as bibliotecas públicas: situação na América Latina e Caribe. **Infodiversidad**, Buenos Aires, v. 4, p. 63-117, 2002.
24. AMARAL, S. A. Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília. **Datagramazero**, Rio de Janeiro, v. 3, n.5, p. 1-20, 2002.
25. AMARAL, S. A. Atividades de marketing na promoção de serviços de informação: pesquisa sobre o SONAR-INIS e o SERVIR-INIS do CIN/CNEN. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 6, n.1, p. 75-96, 2001.
26. AMARAL, S. A. Os 4ps do composto de marketing na literatura de Ciência da Informação. **Transinformação**, Campinas, v. 12, n.2, p. 51-60, 2000.
27. AMARAL, S. A. O profissional da informação e as técnicas de marketing. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 23/24, n.2, p. 145-150, 2000.
28. AMARAL, S. A. Impacto das atividades de marketing relativas à promoção de serviços no CIN/CNEN. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 23/24, n.1, p. 43-68, 2000.
29. AMARAL, S. A. Marketing no ciberespaço: o desafio profissional das unidades de informação brasileiras no contexto da sociedade da informação. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 23/24, n.1 Especial, p. 69-88, 2000.
30. AMARAL, S. A. Biblioteca e desenvolvimento sócio-econômico: um desafio para os profissionais da informação. **Investigación Bibliotecológica**, México, v. 13, n.26, p. 50-63, 1999.
31. AMARAL, S. A. Literatura biblioteconômica brasileira de marketing: produção até 1994. **Eidisis**, Santiago do Chile, v. 3, n.2, p. 15-28, 1998.
32. AMARAL, S. A. Marketing e criatividade em serviços de informação. **Revista de Biblioteconomia de Brasília, Brasília**, v. 22, n.2, p. 231-235, 1998.
33. AMARAL, S. A. Literatura biblioteconômica brasileira de marketing: produção até 1994. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 20, n.1, p. 69-98, 1996.
34. AMARAL, S. A. Análise do consumidor brasileiro do setor de informação: aspectos culturais, sociais, psicológicos e políticos. **Perspectivas em Ciência da Informação** (Impresso), Belo Horizonte, v. 1, n.2, p. 207-224, 1996.
35. AMARAL, S. A. Marketing e desafio profissional em unidades de informação. **Ciência da Informação** (Impresso), Brasília, v. 25, n.3, p. 330-336, 1996.
36. AMARAL, S. A. Serviços bibliotecários e desenvolvimento social: um desafio profissional. **Ciência da Informação** (Impresso), Brasília, v. 24, n.2, p. 221-227, 1995.
37. AMARAL, S. A. Library Services for Social Development: Some Considerations. **IFLA Journal**, Haia, v. 21, n.1, p. 19-25, 1995.
38. AMARAL, S. A. Biblioteca e constituição. **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, v. 32, n.126, p. 221-229, 1995.

39. BOTELHO, T. M. ; AMARAL, S. A. ; BAPTISTA, S. G. . Information and society: an intelligent society in transformation? **International Journal of Information and Library Research**, Londres, v. 6, n.1/2, p. 64-76, 1994.
40. AMARAL, S. A. Marketing da informação eletrônica. **Ciência da Informação** (Impresso), Brasília, v. 23, n.2, p. 226-232, 1994.
41. AMARAL, S. A. Bibliotecas y bibliotecarios especializados en America Latina y el Caribe. **Investigación Bibliotecológica**, México, v. 6, n.13, p. 30-35, 1992.
42. AMARAL, S. A. What library managers know about marketing: a study of Brazilian geoscience and mineral technology libraries. **Information Development**, Londres, v. 8, n.2, p. 90-94, 1992.
43. AMARAL, S. A. Do marketing à auditoria em serviços de informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação** (Impresso), São Paulo, v. 25, n.3/4, p. 18-28, 1992.
44. AMARAL, S. A. Marketing and Brazilian libraries. **International Journal of Information and Library Research**, Londres, v. 4, n.2, p. 115-126, 1992.
45. AMARAL, S. A. Marketing adoption in Brazilian Geoscience and Mineral Technology libraries: a study of library managers'opinions. **Infomediary**, Londres, v. 5, n.2/3, p. 95-103, 1991.
46. AMARAL, S. A. Marketing e gerência de biblioteca. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 18, n.2, p. 311-317, 1990.
47. AMARAL, S. A. Análise ambiental do GEOCINF. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 19, n.2, p. 199-206, 1989.
48. AMARAL, S. A. Os multimeios, a biblioteca e o bibliotecário. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 15, n.1, p. 45-67, 1987.

6.2 LIVROS

1. CUNHA, M. B.; AMARAL, S. A.; DANTAS, E. B. **Manual de estudo de usuários da informação**. São Paulo: Atlas, 2015. v. 1. 448p.
2. NASCIMENTO, J. A. M.; AMARAL, S. A. **Avaliação de usabilidade na Internet**. Brasília: Thesaurus, 2010. v. 1. 142p.
3. AMARAL, S. A. **Marketing na Ciência da Informação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2007. v. 1. 229p.
4. AMARAL, S. A. **Marketing da informação na Internet: ações de promoção**. Campo Grande: Editora da UNIDERP, 2004. v. 1. 330p.
5. AMARAL, S. A. **Promoção: o marketing visível da informação**. Brasília: Brasília Jurídica, 2001. 168p.

6. AMARAL, S. A. **Marketing**: abordagem em unidades de informação. Brasília: Thesaurus, 1998. v. 1. 245p.
7. SILVEIRA, A.; AMARAL, S. A. (Org.). **Marketing em unidades de informação**: estudos brasileiros. Brasília: IBICT / SENAI, 1993. v. 1. 378p.
8. AMARAL, S. A.; PINGARILHO, M. N. F. **Guia internacional de periódicos e publicações seriadas em Geologia**. São Paulo: CBMM, 1987. v. 1. 480p.
9. AMARAL, S. A. **Bibliografia Brasileira de Geociências e Tecnologia Mineral**. Brasília: DNPM, 1985. v. 1. 256p.
10. AMARAL, S. A. **Indicador de bibliotecas e centros de documentação em Tecnologia Mineral**. Brasília: DNPM, 1984.

6.3 CAPÍTULOS DE LIVROS

1. AMARAL, S. A. Estudios de usuarios e investigación de mercadotecnia. In: CALVA GONZÁLEZ, J. J. (Org.). **Comunidades de usuarios, necesidades de información y servicios bibliotecarios**: investigaciones. 1ed.México, DF: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, 2017, v. , p. 67-84.
2. AMARAL, S. A. Marketing Strategy to Monitor Library Websites? Functional. In: GUPTA, D. K.; KOONTZ, C.; MASSISIMO, A. (Org.). **Marketing library and information services II**: a global outlook. 1ed.Munchen: Walter de Gruyter, 2013, v. , p. 373-386.
3. AMARAL, S. A. El fenómeno de las necesidades de información y los estudios de mercadotecnia de la información. In: CALVA GONZÁLEZ, Juan José (Org.). **Usuarios de la información en diferentes comunidades académicas y sociales**: investigaciones. 1ed.México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y Información (da Universidade Autónoma México (UNAM), 2013, v. , p. 1-21.
4. AMARAL, S. A. Marketing e valores bibliotecários / La mercadotecnia y los valores bibliotecarios. In: ESCALONA RÍOS, Lina. (Org.). **Mercadotecnia y valores**: contradicciones en la educación bibliotecológica? Mexico: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, 2013, v. 1, p. 1-37.
5. AMARAL, S. A. Nice Menezes de Figueiredo. In: BORGES, Maria Alice Guimaraes; BRITO, Marcílio de (Org.). **Criação da Faculdade de Biblioteconomia na UnB**: 1962-1967. 1ed.Brasília: UnB. Faculdade de Ciência da Informação, 2013, v. 1, p. 193-224.
6. FURQUIM, T. de A.; AMARAL, S. A. Knowledge management practices in Brazilian software organizations: the case of SERPRO. In: AL-SHAMMARI, Minwir (Org.). **Knowledge management in emerging economies**: social, organizational and cultural implementation. Hershey, Pennsylvania: IGI Global, 2011, v. 1, p. 213-226.
7. AMARAL, S. A.; Carvalho, F. C. Bibliotecário como agente social educador das competências em informação na ótica dos gestores das bibliotecas universitárias brasileiras. In: SANZ CASADO, Elías; GORBEA PORTAL, Salvador; LASCURAÍN

- SÁNCHEZ, María Luisa (Org.) **Memoria del VIII Encuentro Asociación de de Educadores e Investigadores de Bibliotecología, Archivología, Ciencias de la Información y Documentación Iberoamérica y el Caribe (EDIBCIC)**. México, DF, México: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2011, v. 1, p. 49-65.
8. AMARAL, S. A. Marketing: competencias para el perfil del bibliotecólogo a nivel de Iberoamérica? In: MARTÍNEZ ARELLANO, Filiberto Felipe; CALVA GONZÁLEZ, Juan José. (Org.). **Memoria del XXVI Coloquio de Investigación Bibliotecológica y sobre la información**. Mexico: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2009, v. , p. 395-405.
9. SOUSA, A. J. F. P.; AMARAL, S. A. Behavior in search of information and creation of organizational knowledge in a big financial institution. In: INTERNATIONAL INSTITUTE OF INFORMATICS AND SYSTEMICS (Org.). **The 13th World Multi-conference on Systemics, Cybernetics and Informatics**. The 3rd International Conference on Knowledge Generation, Communication and Management: KGCM 2009. Florida, Estados Unidos: International Institute of Informatics and Systemics, 2009, v. 1, p. 62-67.
10. AMARAL, S. A. Método de ensino e aprendizagem para o desenvolvimento humano integrado do profissional da informação. In: ESCALONA RÍOS, Lina. (Org.). **Flexibilidad curricular en la educación bibliotecológica**. Mexico: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas CUIB - UNAM, 2008, v. , p. 25-40.
11. AMARAL, S. A. Desempenho das funções dos websites de unidades de informação como ferramenta de marketing para o planejamento e gestão. In: FUJITA, Mariângela Spotti Lopes; MARTELETO, Regina Maria; LARA, Marilda Lopes Ginez de. (Org.). **A dimensão epistemológica da Ciência da Informação e suas interfaces técnicas, políticas e institucionais nos processos de produção, acesso e disseminação da informação**. São Paulo e Marília: Cultura Acadêmica Editora e FUNDEPE Editora, 2008, v. , p. 135-154.
12. AMARAL, S. A. Marketing e inteligência competitiva: aspectos complementares da gestão da informação e do conhecimento. In: AMARAL, Sueli Angelica do (Org.). **Marketing na Ciência da Informação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2007. p. 19-31.
13. Furquim, T. de A.; OLIVEIRA, M. M.; AMARAL, S. A. Enabling knowledge creation and sharing in software organizations: the case of the Brazilian Federal Software Agency. In: STARY, Christian; BARACHINI, Franz; AL-HAWAMDEH, Suliman; HAWAMDEH, Suliman. (Org.). **Knowledge Management: Innovation, Technology and Cultures**. Viena: World Scientific, 2007, v. 6, p. 101-109.
14. AMARAL, S. A. The four Ps concept in Library and Information Services: a review of literature. In: GUPTA, Dinesh K.; KOONTZ, Christie; MASSISIMO, Angels; SAVARD, Réjean (Org.). **Marketing Library and Information Services: international perspectives**. Monique: K. G. Saur, 2006, v. , p. 398-409.
15. AMARAL, S. A. Abordagem mercadológica em bibliotecas e serviços de informação. In: SILVEIRA, Amélia; AMARAL, Sueli Angelica do. (Org.). **Marketing**

em unidades de informação: estudos brasileiros. Brasília: IBICT / SENAI, 1993, v. 1, p. 75-146.

16. AMARAL, S. A. Marketing e gerência de biblioteca. In: SILVEIRA, Amélia; AMARAL, Sueli Angelica do. (Org.). **Marketing em unidades de informação:** estudos brasileiros. Brasília: IBICT / SENAI, 1993, v. 1, p. 315-324.

17. AMARAL, S. A. Do marketing à auditoria em serviços de informação. In: SILVEIRA, Amélia; AMARAL, Sueli Angelica do. (Org.). **Marketing em unidades de informação:** estudos brasileiros. Brasília: IBICT / SENAI, 1993, v. 1, p. 351-365.

6.4 TRABALHOS COMPLETOS PUBLICADOS EM ANAIS DE CONGRESSOS

1. AMARAL, S. A. Abordagem metodológica qualitativa e a pesquisa brasileira sobre marketing na Ciência da Informação. In: Congresso Internacional de Pesquisa Qualitativa, 6, 2017, Salamanca. Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales. **Anales...** Aveiro: Ludomedia, 2017. v. 3. p. 292-297.

2. AMARAL, S. A.; BRITO, M. Estudo de usuários e necessidades de informação no contexto internacional: participação da UnB. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17, 2016, Salvador, Bahia. **Anais...** Salvador, Bahia: Editora da UFBA, 2016. v. 1.

3. AMARAL, S. A. Fundamentos teóricos da orientação de marketing na gestão de serviços informativos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 16, 2015, João Pessoa, PB. Informação, memória e patrimônio: do documento às redes. **Anais...** João Pessoa, PB: Editora da UFPB, 2015. v. 1.

4. AMARAL, S. A.; DANTAS, E. B. Satisfação de clientes, marketing e serviços de informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 15, 2014, Belo Horizonte. Além das nuvens expandindo as fronteiras da Ciência da Informação. Belo Horizonte: Escola de Ciência da Informação da UFMG, 2014. v. 1. p. 1992-2010.

5. AMARAL, S. A.; BEZERRA, J. A. N. Estudo da oferta e demanda de informação na biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 14, 2013, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: PPGCI - UFSC, 2013. v. 1. p. 1-20.

6. AMARAL, S. A.; NASCIMENTO, J. A. M. Avaliação de usabilidade de websites integrando gestores, desenvolvedores e usuários. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 14, 2013, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: PPGCI - UFSC, 2013. v. 1. p. 1-18.

7. AROUCK, O.; AMARAL, S. A. Atributos de qualidade da informação e a lei de acesso à informação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25, 2013, Florianópolis. **Anais...** São Paulo: FEBAB, 2013. v. 1.

8. AMARAL, S. A. Estudo de usuário e marketing da informação. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 13, 2012, Rio de Janeiro. a informação na sociedade em rede para a inovação e o desenvolvimento humano. **Anais...** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2012. v. 1. p. 1-20.
9. SOUSA, A. J. F. P.; AMARAL, S. A. Impacto do compartilhamento da informação e do conhecimento nas grandes organizações. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 12, 2011, Brasília. **Anais...** Brasília: Thesaurus, 2011. v. 1. p. 1214-1230.
10. SAMPAIO, L. A. C.; AMARAL, S. A. Mapeamento das competências gerenciais necessárias aos gerentes das unidades de informação dos Tribunais Superiores do Poder Judiciário Brasileiro. In: XI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANCIB, 2010. v. 1.
11. SOUSA, A. J. F. P.; AMARAL, S. A. Utilização de fontes de informação e conhecimento nas inovações em fundos de pensão multipatrocinados por instituições financeiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Ancib, 2010. v. 1.
12. ARAÚJO, W. J. de; AMARAL, S. A. A segurança do conhecimento nas práticas da gestão da segurança da informação e da gestão do conhecimento. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANCIB, 2010. v. 1.
13. AMARAL, S. A.; SOUSA, A. J. F. P. Qualidade da informação e intuição na tomada de decisão organizacional. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 10., 2009, João Pessoa, Paraíba. A responsabilidade social da Ciência da Informação. **Anais...** João Pessoa, PB: Idea, 2009. v. 1.
14. AMARAL, S. A.; DANTAS, E. B. Gestão da informação sobre a satisfação de clientes e orientação para o mercado. In: ENCONTRO DE MARKETING, 2008, Curitiba. Gestão da informação sobre a satisfação de clientes e orientação para o mercado. **Anais...** Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2008. v. 1. p. 1-17.
15. AMARAL, S. A. El profesional de la información para el siglo XXI. In: SEMINARIO TALLER EL BIBLIOTECARIO Y LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN PARA EL SIGLO XXI EN CENTROAMÉRICA, 2008, Panamá. **Anales...** Panamá: SIBIUP, 2008. v. 1.
16. DANTAS, E. B.; AMARAL, S. A. Gestão da informação sobre a satisfação de clientes e orientação para o mercado. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9, 2008, São Paulo. Diversidade cultural e políticas de informação. **Anais...** São Paulo: ANCIB; PPGCI ECA/USP, 2008. p. 1-15.

17. Carvalho, F. C.; AMARAL, S. A. Educação e estudos de usuários em bibliotecas universitárias brasileiras: abordagem centrada nas competências em informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9, 2008, São Paulo. Diversidade cultural e políticas públicas. **Anais...** São Paulo: ANCIB; PPGCI/ECA-USP, 2008. p. 1-15.
18. Matta, R. O. B.; AMARAL, S. A. Oferta e demanda de informação financeira pessoal: o Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil e os universitários do Distrito Federal. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO. Diversidade cultural e políticas de informação, 9, 2008, São Paulo, SP. **Anais...** São Paulo: ANCIB; PPGCI/ECA-USP, 2008. v. 1. p. 1.
19. Nasser, J. C.; Dantas, J. H.; AMARAL, S. A. Comportamento dos docentes do Programa de Pós-Graduação (PPGA) da Universidade de Brasília (UnB) na busca e uso da informação. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 2008, São Paulo, SP. **Anais...** São Paulo, SP: CRUESP, 2008. v. 1. p. 1-17.
20. AMARAL, S. A. Sitios electrónicos de las bibliotecas públicas y el Manifiesto de la UNESCO: estudio de las bibliotecas brasileñas. In: SEMINARIO CENTROAMERICANO SOBRE MANIFIESTOS DE IFLA - UNESCO PARA BIBLIOTECAS PÚBLICAS, ESCOLARES E INTERNET, 2007, San José. **Anales...** San Jose: Universidade Nacional de Costa Rica - UNA, 2007. v. 1.
21. AMARAL, S. A.; Azevedo, C. E. Gestão da informação, inteligência competitiva e marketing em shopping centers do Distrito Federal. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8, 2007, Salvador, BA. **Anais...** Brasília, DF: ANCIB, 2007.
22. AMARAL, S. A. Acesso à informação em bibliotecas de universidades públicas e privadas: aspectos gerenciais. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 14, 2006, Salvador, BA. **Anais...** Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2006.
23. AMARAL, S. A. Desempenho das funções dos websites de unidades de informação como ferramenta de marketing para planejamento e gestão. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 7, 2006, Marília, SP. **Anais...** Marília: UNESP, 2006.
24. AMARAL, S. A. Relatório geral apresentado na sessão solene de encerramento. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ARQUIVOS, BIBLIOTECAS, CENTROS DE DOCUMENTAÇÃO E MUSEUS, 2, 2006, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEBAB e Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006. v. 1. p. 339-348.
25. AMARAL, S. A. Websites: uso da tecnologia implementando serviços de biblioteca para inclusão social e digital. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 21, 2005, Curitiba. **Anais...** Curitiba: FEBAB, 2005. v. 1. p. 1.
26. AMARAL, S. A. Promoción de INFOBILA. In: SEMINARIO INFOBILA COMO APOYO A LA INVESTIGACIÓN Y EDUCACIÓN EN BIBLIOTECOLOGIA EN

AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, 2005, México. Memoria, 16, 17 y 18 de marzo de 2005. México: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas UNAM, 2005. p. 17-22.

27. AMARAL, S. A. Postgrado en Ciencia de la información: desafío para los profesionales latinoamericanos y caribeños. In: SEMINARIO INFOBILA COMO APOYO A LA INVESTIGACIÓN Y EDUCACIÓN EN BIBLIOTECOLOGIA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, 2005, México. Memoria 16, 17 y 18 de marzo de 2005. México: Centro Universitario de investigaciones Bibliotecológicas UNAM, 2005. p. 23-44.

28. AMARAL, S. A. Tomada de decisão gerencial sobre a oferta de produtos e serviços das bibliotecas de Brasília. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 6, 2005, Florianópolis, SC. **Anais...** Florianópolis: ANCIB, 2005. v. 1.

29. AMARAL, S. A. Acciones del movimiento asociativo para dar valor a los servicios bibliotecarios: una experiencia brasileña. In: ENCUENTRO CENTROAMERICANO DE ASOCIACIONES DE BIBLIOTECARIOS, 1, 2004, San Salvador. **Memorias del Primer Encuentro Centroamericano de Asociaciones de Bibliotecarios**. San Salvador: Asociación de Bibliotecarios de El Salvador, 2004. v. 23. p. 101-110.

30. AMARAL, S. A.; FORTES, L. S. Cuidados com o ambiente físico das bibliotecas universitárias: preocupação supérflua ou necessária? In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 13., 2004, Natal, RN. **Anais...** Natal, RN: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2004.

31. AMARAL, S. A.; GUIMARÃES, T. P. Sites de bibliotecas universitárias brasileiras como instrumento de relações públicas. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 13, 2004, Natal, RN. **Anais...** Natal, RN: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2004.

32. AMARAL, S. A. Programas de Pós-graduação em Ciência da Informação; algumas considerações. In: WORKSHOP EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO: Políticas e estratégias de pesquisa e ensino na Pós-graduação, 2004, Niterói, RJ. **Anais...** Niterói, RJ: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 2004.

33. SMIT, J. M.; DIAS, E. W.; AMARAL, S. A. Os Programas de Pós-graduação em Ciência da Informação e a pesquisa: o papel da CAPES. In: WORKSHOP EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO: Políticas e estratégias de pesquisa e ensino na Pós-graduação, 2004, Niterói, RJ. **Anais...** Niterói, RJ: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 2004.

34. AMARAL, S. A. Gestão da oferta de produtos e serviços das unidades de informação de Brasília no ambiente tradicional e no ciberespaço. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5, 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Escola de Ciência da Informação da UFMG, 2003. v. 1. p. 1-20.

35. COSTA, M. M.; AMARAL, S. A. Planejamento, concepção e gerenciamento do site da Biblioteca Central da Universidade de Brasília. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE

- BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 20, 2002, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: UFC, 2002. p. 21-40.
36. AMARAL, S. A.; GUIMARÃES, T. P. Funções desempenhadas pelos sites das bibliotecas universitárias do Distrito Federal. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 20, 2002, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2002. p. 1-20.
37. RODRIGUEZ, A.; AMARAL, S. A. The role of university libraries in Latin America in the promotion of democracy and diversity. In: IFLA GENERAL CONFERENCE, 68, 2002, Glasgow, Escócia. **Proceedings...** Glasgow, Escócia: IFLA, 2002.
38. AMARAL, S. A. Marketing em unidades de informação: o desafio da sociedade da informação. In: SEMANA DO CONHECIMENTO: Encontro Nacional de s de informação do SENAI, 2002, Brasília. **Anais...** Brasília: SENAI, 2002.
39. AMARAL, S. A.; GUIMARÃES, T. P. Sites das bibliotecas universitárias brasileiras: estudo das funções desempenhadas. In: Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias, 12, 2002, Recife. **Anais...** Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2002.
40. AMARAL, S. A.; GUIMARÃES, T. P. Sites das bibliotecas universitárias brasileiras. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 2, 2002, Recife. **Anais...** Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2002. v. 1. p. 1-20.
41. AMARAL, S. A. Gestão da informação e marketing: o desafio do futuro. In: ENCONTRO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS, 7, 2001, Porto. **Actas...** Porto: Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas, 2001. p. 1-10.
42. AMARAL, S. A. Investigación en Ciência de la Información: un desafío latinoamericano para construir la sociedad de la información. In: IFLA COUNCIL AND GENERAL CONFERENCE, 67, 2001, Boston, Estados Unidos. **Proceedings...** Boston: IFLA, 2001.
43. AMARAL, S. A. Panorama de las bibliotecas y sistemas de bibliotecas públicas de América Latina y el Caribe participantes de la Reunión sobre el Manifiesto de UNESCO. In: REUNIÓN REGIONAL: Manifiesto de la UNESCO sobre las bibliotecas públicas, 2000, Salvador, Brasil. **Ata de la Reunión Regional...** Salvador: IFLA-LAC, 1998. p. 107-116.
44. AMARAL, S. A.; GUIMARÃES, T. P.; COSTA, M. M. Gerência da promoção na Biblioteca Central da Universidade de Brasília. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 2, 2000, Brasília. **Anais...** Brasília, 2000. p. 1-12.
45. AMARAL, S. A. Gerência da promoção na Biblioteca Central da Universidade de Brasília. In: Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias, 10, 1998, Fortaleza. **Anais Eletrônicos...** Fortaleza: FINEP, 1998. p. 1-20.

46. AMARAL, S. A. Evaluation as a human development for professionals in the twenty first Century, a Brazilian experience. In: IFLA CPERT INTERNATIONAL CONFERENCE ON CONTINUING PROFESSIONAL EDUCATION FOR THE LIBRARY AND INFORMATION PROFESSIONS, 3, 1997, Kopenhagen. **Proceedings...** Munchen: K. G. Saur, 1997. v. 80/81. p. 255-263.
47. BOTELHO, T. M.; AMARAL, S. A.; BAPTISTA, S. G. Information and society in Brazil: an intelligent society in transformation? In: FID CONFERENCE AND CONGRESS, 48, 1996, Graz. **Proceedings...** Graz: FID, 1996. v. 718. p. 565-573.
48. AMARAL, S. A. Library services for social development: some considerations. In: IFLA GENERAL CONFERENCE, 60, 1994, Havana. **Proceedings...** Havana: IFLA, 1994. v. 0. p. 17-23.
49. BOTELHO, T. M.; AMARAL, S. A.; BAPTISTA, S. G. Information and society: an intelligent society in transformation? In: INTERNATIONAL FID CONFERENCE AND CONGRESS, 47. INTERNATIONAL FIS CONFERENCE AND CONGRESS, 47. **Proceedings...** Tóquio: FID, 1994. p. 331-333.
50. BOTELHO, T. M.; AMARAL, S. A. Information professional education and training for a new management paradigm in developing countries. In: FID EDUCATION AND TRAINING PRE-CONFERENCE SEMINAR, 1994, Tóquio. INTERNATIONAL FID CONFERENCE AND CONGRESS, 47. **Proceedings...** Tóquio: FID / UNESCO, 1994. p. 20-28.
51. BOTELHO, T. M.; AMARAL, S. A.; BAPTISTA, S. G. Informação e sociedade: uma sociedade inteligente em transformação? In: CONGRESSO LATINOAMERICANO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 2, 1994 e CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 17, 1994, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: ABMG / Escola de Biblioteconomia da UFMG, 1994. p. 438-467.
52. BOTELHO, T. M.; AMARAL, S. A. Continuing education in the information profession: a reflective method. In: IFLA CPERT WORLD CONFERENCE, 2, 1993, Barcelona. Continuing Professional Education and IFLA: past, present, and a vision for the future. **Proceedings...** Munchen: K. G. Saur, 1993. v. 66/67. p. 202-209.
53. AMARAL, S. A. Contexto brasileiro das bibliotecas de Geociências e Tecnologia Mineral. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 16, 1991, Salvador. **Anais...** Salvador: APBEB, 1991. v. 2. p. 823-843.
54. ALVARENGA, L.; AMARAL, S. A. Catalogação de filmes cinematográficos, gravações de vídeo e de som. In: ENCONTRO NACIONAL DE MATERIAIS ESPECIAIS E DOCUMENTOS NÃO CONVENCIONAIS, 1, 1990, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: ABMG, 1990. p. 65-84.
55. SILVA, M. N. O. E.; AMARAL, S. A.; DIAS, W. M. D. Uso de bases de dados na Biblioteca Central da Universidade de Brasília. In: ENCONTRO NACIONAL DE BIBLIOTECONOMIA E INFORMÁTICA, 2, 1986, Brasília. **Anais...** Brasília: ABDF / IBICT, 1986. p. 121-130.

6.5 TRABALHOS APRESENTADOS EM CONGRESSOS

1. AMARAL, S. A. **Contribución de la mercadotecnia para el estudio de las necesidades de información.** 2017.
2. AMARAL, S. A. **Mercadotecnia y estudio de usuarios de la información después de la Internet.** 2016.
3. AMARAL, S. A.; BRITO, M. **Características de las necesidades de información de los alumnos del primer año del Curso de Biblioteconomía de la Universidad de Brasilia, Brasil.** 2015.
4. AMARAL, S. A. **Mercadotecnia, servicios y usuarios de información: reflexiones para bibliotecas.** 2015.
5. AMARAL, S. A. **Marketing de serviços informativos e a integração da biblioteca com os usuários.** 2015.
6. AMARAL, S. A.; BRITO, M. **Necesidades de información de los alumnos del primer año del curso de Biblioteconomía de la Universidad de Brasilia, Brasil.** 2015.
7. AMARAL, S. A. **Mercadotecnia y estudios de usuarios para identificar y satisfacer las necesidades de información.** 2014.
8. AMARAL, S. A. **Mercadotecnia, servicios y usuarios de información: reflexiones para bibliotecas.** 2014.
9. AMARAL, S. A. **Estudios de usuarios e investigación de mercadotecnia.** 2013.
10. AMARAL, S. A. **Marketing e competência em informação da força de trabalho empresarial da Transpetro: a contribuição para inovar na prestação de serviços oferecidos pelo CID.** 2013.
11. AMARAL, S. A.; VILLASEÑOR RODRIGUÉZ, I. **Estudos de usuários da informação: o marco internacional da pesquisa no Brasil e na Espanha.** 2013.
12. AMARAL, S. A. **Mercadotecnia de la información y estudios de usuarios.** 2012.
13. AMARAL, S. A. **Gestão do conhecimento e marketing da informação: o desafio para bibliotecas corporativas.** 2012.
14. AMARAL, S. A.; MIRANDA, A. L. C.; SUAIDEN, E. J.; MARDERO, M. **Roda de Conversa.** 2012.
15. AMARAL, S. A. **Marketing da informação: a oferta pode satisfazer a demanda de informação?** 2012.
16. AMARAL, S. A. **Marketing da informação e estudos de usuários.** 2012.
17. AMARAL, S. A. **Interacción del marketing de la información y el modelo de las necesidades de información.** 2011.

18. AMARAL, S. A. **Uso del modelo NEIN en los estudios de mercadotecnia de la información.** 2011.
19. SOUSA, A. J. F. P.; AMARAL, S. A. **Utilização de fontes de informação e conhecimento nas inovações em fundos de pensão multipatrocinados administrados por instituições financeiras.** 2010.
20. ARAÚJO, W. J. de; AMARAL, S. A. **A segurança do conhecimento nas práticas da gestão da segurança da informação e da gestão do conhecimento.** 2010.
21. SAMPAIO, L. A. C.; AMARAL, S. A. **Mapeamento das competências gerenciais necessárias aos gerentes das unidades de informação dos Tribunais Superiores do Poder Judiciário Brasileiro.** 2010.
22. AMARAL, S. A. **Marketing y valores bibliotecários.** 2009.
23. AMARAL, S. A.; SOUSA, A. J. F. P. **Qualidade da informação e intuição na tomada de decisão organizacional.** 2009.
24. AMARAL, S. A.; CARVALHO, F. C. **Bibliotecário como agente social educador das competências em informação na ótica dos gestores das bibliotecas universitárias brasileiras.** 2008.
25. DANTAS, E. B.; AMARAL, S. A. **Gestão da informação sobre a satisfação de clientes e orientação para o mercado.** 2008.
26. MATTA, R. O. B; AMARAL, S. A. **Oferta e demanda de informação financeira pessoal: o Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil e os universitários do Distrito Federal.** 2008.
27. CARVALHO, F. C.; AMARAL, S. A. **Educação e estudos de usuários em bibliotecas universitárias brasileiras: abordagem centrada nas competências em informação.** 2008.
28. AMARAL, S. A. **Avaliação do Projeto de Doutorado do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação.** 2005.
29. AMARAL, S. A. **Posgrado en Ciencia de la Información: desafío para los profesionales latinoamericanos y caribeños.** 2005.
30. AMARAL, S. A. **Estado actual y prospectiva de INFOBILA.** 2005.
31. AMARAL, S. A. **Marketing da informação na Internet e a importância das comunidades virtuais.** 2005.
32. ROSETTO, M.; AMARAL, S. A. **Library & Reading: social inclusion through reading enhancement and library projects in Brazil.** 2005.
33. AMARAL, S. A. **IV Encontro Nacional de Inovação Científica para o homem do século XXI.** 2005.
34. AMARAL, S. A. **Gestão dos serviços de informação digital.** 2004.

35. AMARAL, S. A. **Acciones del movimiento asociativo para dar valor a los servicios bibliotecarios: una experiencia brasileña.** 2004.
36. AMARAL, S. A.; SOUZA, K. M. L. **Funções desempenhadas pelos sites das bibliotecas jurídicas governamentais brasileiras.** 2004.
37. AMARAL, S. A. **A expansão do ensino superior no Centro-Oeste e a formação de mestres e doutores; participação da Universidade de Brasília.** 2004.
38. AMARAL, S. A. **Gestão da oferta de produtos e serviços das unidades de informação de Brasília no ambiente tradicional e no ciberespaço.** 2003.
39. AMARAL, S. A. **O profissional da informação e os desafios da sociedade.** 2002.
40. AMARAL, S. A. **Formação do profissional da informação em Biblioteconomia, Arquivologia, Museologia e Ciência da Informação: situação brasileira e possibilidades de parcerias.** 2002.
41. AMARAL, S. A. **Marketing em unidades de informação: desafio da sociedade da informação.** 2002.
42. AMARAL, S. A. **Marketing em unidades de informação: aprendizagem inovadora na sociedade da informação.** 2002.
43. AMARAL, S. A. **Gestão da oferta de produtos e serviços de informação.** 2002.
44. AMARAL, S. A. **Divulgação, promoção, marketing e eventos técnico-científicos ambientais.** 2002.
45. AMARAL, S. A. **Marketing no ciberespaço: desafio para o bibliotecário.** 2001.
46. AMARAL, S. A. **La formación del bibliotecario responde a la diversificación de la demanda.** 2001.
47. AMARAL, S. A. **Marketing no ciberespaço: desafio para o bibliotecário.** 2001.
48. AMARAL, S. A. **Overview of public libraries and systems participating in the Regional Meeting of UNESCO Manifesto.** 1998.
49. AMARAL, S. A. **Impacto das atividades de marketing relativas à promoção de serviços no CIN/CNEN.** 1998.
50. AMARAL, S. A. **Marketing: abordagem em unidades de informação.** 1998.
51. AMARAL, S. A. **Marketing e criatividade.** 1997.
52. AMARAL, S. A. **Criatividade e marketing em serviços de informação.** 1997.
53. AMARAL, S. A. **Biblioteconomia e marketing.** 1995.
54. AMARAL, S. A. **Marketing e Biblioteconomia.** 1995.
55. AMARAL, S. A. **Marketing de produtos e serviços de informação.** 1995.
56. AMARAL, S. A. **Marketing em unidades de informação.** 1994.
57. AMARAL, S. A. **Marketing em unidades de informação.** 1993.

58. AMARAL, S. A. **XXXV Congresso Brasileiro de Geologia**. 1988.
59. AMARAL, S. A. **Análise ambiental do GEOCINF - Sistema de Informação em Geociências e Tecnologia Mineral**. 1988.

6.6 RESUMOS PUBLICADOS EM ANAIS DE CONGRESSOS

1. AMARAL, S. A.; DANTAS, E. B. Gestão da informação sobre a satisfação de clientes e orientação para o mercado. In: ENCONTRO DE MARKETING, 3, 2008, Curitiba, PR. **Resumos**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. p. 126-127.
2. CARVALHO, D. M.; AMARAL, S. A. Gestão da informação e gestão do conhecimento no SERPRO: o papel da unidade de informação. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 2008, Brasília. **Anais...** Brasília: Universidade de Brasília, 2008. v. 1.
3. SILVA, F. D. R. ; AMARAL, S. A. . Gestão da Oferta de produtos e serviços de informação das bibliotecas especializadas de Brasília. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UnB, 12, 2006, Brasília. **Anais...** Brasília: UnB, 2006.
4. PEDROSA, L. T.; AMARAL, S. A. Gestão da informação e do conhecimento nas empresas públicas de Brasília. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UnB, 12, 2006, Brasília. **Anais...** Brasília: UnB, 2006.
5. PEDROSA, L. T.; AMARAL, S. A. Gestão da informação e do conhecimento nas empresas públicas de Brasília: o papel da unidade de informação. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO DF, 4; CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UnB, 13, 2007, Brasília. **Anais...** Brasília: Universidade de Brasília, 2007. v. 1.
6. SANTOS, L. E.; AMARAL, S. A. Uso da intranet pelas bibliotecas universitárias. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO DF, 4; CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UnB, 13, 2007, Brasília. **Anais...** Brasília: Universidade de Brasília, 2007. v. 1.
7. MOREIRA, M. F. ; AMARAL, S. A. . Gestão da oferta de produtos e serviços de bibliotecas universitárias públicas e privadas de Brasília na Web. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UnB, 12, 2006, Brasília. **Anais...** Brasília: UnB, 2006.
8. SOBRAL, A. O. C.; AMARAL, S. A. Gestão da oferta de produtos e serviços de informação das bibliotecas universitárias brasileiras na Web. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UnB, 11; II CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO DF, 2, 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: UnB CNPq FAPDF SDCT FINATEC, 2005. v. 1. p. 1.
9. CAVALCANTI, H. O.; AMARAL, S. A. Gestão da oferta de produtos e serviços de informação das bibliotecas jurídicas governamentais na Web. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UnB, 11, 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: UnB CNPq FAPDF SDCT FINATEC, 2005. v. 1. p. 1.
10. SILVA, F. D. R.; AMARAL, S. A. Gestão da oferta de produtos e serviços de informação das bibliotecas especializadas de Brasília. In: CONGRESSO DE

- INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UnB, 11, 2005, Brasília. CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO DF, 2, 2005, Brasília. Brasília: UnB CNPq FAPDF SDCT FINATEC, 2005. v. 1. p. 1.
11. SOARES, H. F.; AMARAL, S. A. Gerência dos serviços de informação dos sites das bibliotecas universitárias brasileiras. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 9, 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UnB, 2003. v. 1.
12. SOUZA, K. M. L.; AMARAL, S. A. Funções desempenhadas pelos sites de bibliotecas jurídicas governamentais brasileiras. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 9, 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UnB, 2003. v. 1.
13. FORTES, L. S.; AMARAL, S. A. Adequação do espaço físico das bibliotecas universitárias e uso dos recursos disponíveis: preocupação supérflua ou necessária? In: Congresso de Iniciação científica da Universidade de Brasília, 8, 2002, Brasília. **Resumos...** Brasília: Universidade de Brasília, 2002. v. 1.
14. SILVA, K. L.; AMARAL, S. A. Adequação do espaço físico das bibliotecas universitárias e uso dos recursos disponíveis: preocupação supérflua ou necessária? In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 8, 2002, Brasília. **Resumos.** Brasília: Universidade de Brasília, 2002. v. 1.
15. SILVA, F. D. R.; AMARAL, S. A. Gestão da qualidade da informação em Saúde nas bibliotecas especializadas de Brasília. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO DF, 4. CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UnB, 13, 2007, Brasília. **Anais...**Brasília: Universidade de Brasília, 2007. v. 1
16. BEZERRA, F. M. C.; AMARAL, S. A. Adequação do espaço físico das bibliotecas universitárias e uso dos recursos disponíveis: preocupação supérflua ou necessária? In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 8, 2002, Brasília. **Resumos.** Brasília: Universidade de Brasília, 2002. v. 1.
17. NASCIMENTO, J. A. M.; AMARAL, S. A. Gerência dos serviços/produtos de informação dos Web sites das bibliotecas do Distrito Federal. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 8, 2002, Brasília. **Resumos.** Brasília: Universidade de Brasília, 2002. v. 1.
18. AMARAL, S. A. Gestão da informação e marketing: o desafio do futuro. In: CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECARIOS, ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS, 7, 2001, Porto. **Informação:** o desafio do futuro. Porto: Associação Portuguesa de Bibliotecários Arquivistas e Documentalistas, 2001. p. 32-32.
19. COSTA, M. M.; AMARAL, S. A. O site da Biblioteca Central da Universidade de Brasília como instrumento promocional: sua concepção. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 7, 2001, Brasília. **Anais...** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001. p. 334-334.
20. OKAWACHI, M. F.; AMARAL, S. A. O site da Biblioteca Central da Universidade de Brasília como instrumento promocional: sua utilização. In: CONGRESSO DE

- INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 7, 2001, Brasília. **Anais...** Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001. p. 335-335.
21. GUIMARÃES, T. P.; AMARAL, S. A. Gerência da promoção na Biblioteca Central da Universidade de Brasília: diagnóstico organizacional. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 6, 2000, Brasília. **Anais...** Brasília: Universidade de Brasília, 2000. p. 269-269.
22. COSTA, M. M.; AMARAL, S. A. Gerência da promoção na Biblioteca Central da Universidade de Brasília: descrição e avaliação das atividades e instrumentos promocionais. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 6, 2000, Brasília. **Anais...** Brasília: Universidade de Brasília, 2000. p. 270-270.
23. AMARAL, S. A.; COSTA, M. M.; GUIMARÃES, T. P. Gerência da promoção na Biblioteca Central da Universidade de Brasília. In: REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA PARA O PROGRESSO DA CIÊNCIA, 52. JORNADA NACIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 7, 2000, Brasília. **Anais...** Brasília: SBPC; UNB, 2000. p. 107-107.
24. AMARAL, S. A.; COSTA, M. M.; GUIMARÃES, T. P. Gerência da promoção da Biblioteca Central da Universidade de Brasília. In: JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE PROGRESSO PARA A CIÊNCIA, 7, 2000, Brasília. **Anais...** Brasília: SBPC, 2000.
25. AMARAL, S. A.; COSTA, M. M.; GUIMARÃES, T. P. Gerência da promoção na Biblioteca Central da Universidade de Brasília. In: Encontro Nacional da Associação de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação, 4, 2000, Brasília. **Anais Eletrônicos...** Brasília: ANCIB, 2000.
26. AMARAL, S. A. Impacto das atividades de marketing relativas à promoção de serviços no CIN da CNEN. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 4, 2000, Brasília. **Anais Eletrônicos...** Brasília: ANCIB, 2000.
27. AMARAL, S. A. O marketing nas bibliotecas brasileiras de Geociências e Tecnologia. In: SIMPÓSIO CIENTÍFICO DO CAMPUS DE MARÍLIA, 1995, Marília, São Paulo. **Resumos.** Marília, SP: UNESP, 1995. p. 29-28.
28. AMARAL, S. A.; SAAD, M. R. M. Subcomissão Brasileira de Documentação em Geociências: porque e como. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 13, 1983, Camboriú. **Resumos/Abstract.** Florianópolis: ACB, 1983. p. 9-10.
29. BATISTA, W. P.; AMARAL, S. A. Uso da intranet como instrumento de comunicação interna nas bibliotecas jurídicas governamentais brasileiras. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UnB, 2008, Brasília. **Anais...** Brasília: Universidade de Brasília, 2008. v.