

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES



Horário de atendimento presencial na Biblioteca - 9H30-12H30 e 14H00-16H30

FICHA TÉCNICA

Autor: ina. Divisão de Biblioteca, Arquivo e Edições

Editor: ina

Local de edição: Lisboa

Data: dezembro 2016

Tiragem: 300 exemplares

Conceção, execução e montagem da exposição

Divisão de Biblioteca, Arquivo e Edições

Local: Ministério das Finanças – Rua da Alfândega - Lisboa

NOTA PRÉVIA

[...] one of the biggest and costliest mistakes many public sector organizations make is to start rolling out individual marketing tactics without a strong strategic marketing strategy in place. Social media, blogging, website design, email marketing, advertising, proactive public relations, face-to-face marketing ... if you don't combine these individual tactics into a cohesive marketing strategy, you won't get the results that you hope to obtain. [...]

Jim Mintz

Para uma eficiente prestação de serviços públicos com qualidade, que vão de encontro às reais necessidades dos cidadãos, é necessário que a Administração Pública considere novos modelos de gestão que identifiquem, antecipem, criem e comuniquem aqueles serviços. Nesta ótica, o *marketing* estratégico pode revelar-se de extrema importância na criação de valor e conseqüente satisfação dos cidadãos com os quais os organismos públicos devem comunicar de forma transparente e eficaz, potenciando a confiança e a credibilidade junto dos seus públicos-alvo.

Na era digital a importância do *Marketing* e da *Comunicação* nas organizações em geral, e nas do setor público em particular, conduziu à escolha do tema desta exposição, que reúne uma mostra de 65 títulos do acervo documental do INA disponíveis para consulta e/ou requisição diretamente na Biblioteca. Os índices gerais das obras podem ser consultados no catálogo bibliográfico em www.ina.pt.

Lisboa, 2 de dezembro de 2016.

Divisão de Biblioteca, Arquivo e Edições

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

AAKER, David A.

Liderança de marca / David A. Aaker, Joachimsthaler Erich. - 1ª ed. - Lisboa : Planeta DeAgostini, 2007. - 360 p. : il. (Líderes de Gestão). ISBN 978-989-609-696-0.

ANDREASEN, Allen R., 1934-

Strategic marketing for nonprofit organizations / Allen R. Andreasen, Philip Kotler. - 6ª ed. revista. - New Jersey : Prentice Hall, 2002. - 536 p. : il. ISBN 0-13-041977-X.

ASCENSÃO, Carlos Pinto

Google marketing : a mais poderosa arma para atingir os seus clientes / Carlos Pinto Ascensão. - 1ª ed. - Lisboa : Sílabo, 2010. - 240 p. : il. ISBN 978-972-618-614-4.

ASOCIACIÓN DE DIRECTIVOS DE COMUNICACIÓN

La dirección de comunicación en las administraciones públicas : retos y oportunidades / Estudio realizado por la Asociación de Directivos de Comunicación, DIRCOM. - 1ª ed. - Madrid : Instituto Nacional de Administración Pública, 2007. - 104 p. : il. ISBN 978-84-7351-271-8

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS PROFISSIONAIS DE MARKETING

Guia do marketing : as pessoas e os serviços / Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing - APPM. - Queluz : Feira das Vaidades, 2004. - 488 p. : il. ISBN 972-00-0397-0.

AUSTIN, Erica Weintraub

Strategic public relations management : planning and managing effective communication campaigns / Erica Weintraub Austin, Bruce E. Pinkleton. - 3rd ed. - New York, London : Routledge, 2015. - VIII, 389 p. : il. - (Routledge Communication Series). ISBN 978-0-415-51768-3.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

BAINES, Paul

Introducing marketing research / Paul Baines and Bal Chansarkar. - Chichester : John Wiley & Sons, 2002. - XVII, 350 p. : il. ISBN 0-471-49770-3.

BARRACHO, Carlos, 1954-

Psicologia económica e do consumidor / Carlos Barracho. - 1ª ed. - Lisboa : Universidade Lusíada, 2009. - 226 p. : il. - (Manuais). ISBN 978-989-640-039-2.

CANTISTA, Isabel, 1959-

Casos europeus de marketing / Isabel Cantista, Paula Rodrigues. - 2ª ed. - Lisboa : Universidade Lusíada, 2014. - 107 p. - (Manuais). ISBN 978-989-640-170-2.

CARRERA, Filipe

Marketing digital na versão 2.0 - o que não pode ignorar / Filipe Carrera. - 1ª ed. - Lisboa : Sílabo, 2009. - 221 p. : il. ISBN 978-972-618-531-4.

CARVALHO, João M. S.

Gestão e marketing : para devolver as organizações ao homem / João M. S. Carvalho. - 1ª ed. - Lisboa : Sílabo, 2009. - 235 p. ISBN 978-972-618-524-6.

CHAPMAN, David

New public sector marketing / David Chapman, Theo Cowdell. - London : Financial Times, 1998. - X, 390 p. : il. ISBN 0-273-62347-8.

CHIAS, Josep

Marketing público : por un gobierno y una administración al servicio del público / Josep Chias ; coord. José Carlos Jarillo Mossi. - Madrid : McGraw-Hill Interamericana de España, 1995. - 187 p. : il. - (McGraw-Hill de Management). ISBN 84-481-1686-0.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

CLATK, Brenda

Marketing dynamics / Brenda Clark... [et al.]. - 3rd ed. - Illinois : The Goodheart-Wilcox Company, 2014. - XVII, 768 p. : il. ISBN 978-1-61960-343-1.

COMMUNICATIONS THE NEXT DECADE

Communications the next decade [Documento eletrónico] : *a collection of essays prepared for the UK Office of communications* / Edited by Ed Richards, Robin Foster, Tom Kiedrowski. - Ficheiro eletrónico textual (8,19 MB). - [London] : OFCOM, 2006. - 324 p.: il. ISBN 978-1-905774-08-1.

COMUNICAÇÃO, CULTURA E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO

Comunicação, cultura e tecnologias de informação / org. José Manuel Paquete de Oliveira, Gustavo Leitão Cardoso e José Jorge Barreiros ; trd. Catarina Lorga e Alexandra Lemos. - 1ª ed. - [Lisboa] : Quimera, 2004. - 270 p. - (Comunicação). ISBN 972-589-137-6.

COMUNICARTE PUBLISHING

Web trend : 10 cases made in web 2.0 / Comunicarte Publishing ; coord. Ana Sofia Gomes. - Gaia : Sílabo, 2010. - 226 p. : il. ISBN 978-989-96359-1-3.

CONTEMPORARY PERSPECTIVES ON CORPORATE MARKETING

Contemporary perspectives on corporate marketing : contemplating corporate branding, marketing and communications in the twenty-first century / ed. John M. T. Balmer, Laura Illia, Almudena González del Valle Brena. - Abingdon ; New York : Routledge, 2013. - XIX, 156 p. - (Routledge Interpretive Marketing Research; 17). ISBN 978-0-415-66209-3.

COTA, Bruno Valente, 1974-

Marketing inovador : temas emergentes / Bruno Valverde Cota, Paulo Gonçalves Marcos. - 1ª ed. - Lisboa : Universidade Católica, 2007. - 165 p. : il. ISBN 978-972-54-0164-4.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

COTA, Bruno Valverde, 1974-

Database marketing : ferramenta de marketing 1:1 / Bruno Miguel Oliveira de Almeida Valverde Cota, Henrique Manuel Zarco d' Almeida Cota. - 1ª ed. - Lisboa : Universidade Lusíada, 2008. - 88 p. : il. - (Manuais).
ISBN 978-989-640-008-8.

COTA, Bruno Valverde, 1974-

Manual de marketing de serviços / Bruno Valverde Cota. - 1ª ed. Lisboa : Universidade Lusíada, 2006. - 90 p. – (Manuais). ISBN 972-8883-70-6.

DANTAS, José

Inovação e marketing em serviços / José Dantas. Lisboa : LIDEL, 2013. - XXII, 346 p. : il. - Com 11 casos de estudo e dezenas de exemplos em: Ciências da Vida e Saúde, Hotelaria e Turismo, Banca e Seguros, Administração Pública, Tecnologias da informação, Empreendedorismo.
ISBN 978-972-757-969-3.

DATA GOVERNANCE

Data governance : creating value from information assets / ed. Neera Bhansali. - Boca Raton : CRC Press, 2014. - XIII, 254 p. : il. ISBN 978-1-4398-7913-9.

DUSSART, Christian

Comportement du consommateur et stratégie de marketing / Christian Dussart. - Montréal : McGraw-Hill, 1983. - 554 p. ISBN 0-07-548646-6.

THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT

Marketing : o essencial do marketing explicado de A a Z / The Economist Intelligence Unit ; trad. Maria Zaira Miranda, Jaime de Oliveira Leandro. - Linda-a-Velha : Abril/Control Jornal, 1998. - 187 p. - (Biblioteca de Gestão - Exame).
ISBN 972-611-362-8.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

FINE, Seymour H.

Marketing the public sector : promoting the causes of public and nonprofit agencies / Seymour H. Fine. - New Brunswick, London : Transaction , 1992. - XXIV, 360 p. : il. ISBN 1-56000-610-2.

GÓMEZ VIEITES, Álvaro

Marketing na internet e nos meios digitais interactivos / Álvaro Gómez Vieites, Manuel Veloso Espiñeira ; trad. Lisbeth Ferreira. - 1ª ed. - Porto : Vida económica, 2008. - 242 p. : il. ISBN 978-972-788-244-1.

HORTINHA, Joaquim

X-marketing / Joaquim Hortinha. - 1ª ed. - Lisboa : Sílabo, 2002. - 347 p. : il. ISBN 972-618-288-3.

HULT, G. Tomas M.

Boundary-spanning marketing organization : a theory and insights from 31 organization theories / G. Tomas M. Hult. - New York : Springer, 2011. - VIII, 78 p. : il. - (Springer Briefs in Business). ISBN 978-1-4614-3818-2.

KAPOOR, Avinash

Dynamics of competitive advantage and consumer perception in social marketing / Avinash Kapoor, Chinmaya Kulshrestha. - Hershey : IGI Global, 2014. - XX, 409 p. : il. ISBN 978-1-4666-4432-8.

KAWASAKI, Guy, 1954-

Regras para revolucionários : métodos inovadores para o desenvolvimento e marketing de produtos e serviços / Guy Kawasaki ; tradução Maria Francisca Alves de Souza. - Rio de Janeiro : Campus, 1999. - 220 p. : il. ISBN 85-352-04903.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

KOTLER, Philip

Os 10 pecados mortais do marketing : indícios e soluções / Philip Kotler ; trad. Inês Guerreiro. - 1ª ed. - Lisboa : Planeta DeAgostini, 2007. - 168 p. - (Líderes de Gestão). ISBN 978-989-609-698-4.

KOTLER, Philip

Marketing no sector público / Philip Kotler, Nancy Lee ; tradução de Gabriela Perizzollo, Patrícia Lessa Flores da Cunha. - 1ª ed reimpressão. - Porto Alegre : Bookman, 2008. - XI, 350 p. : il. ISBN 978-85-7780-069-8.

KOTLER, Philip

Marketing in the public sector : a roadmap for improved performance / Philip Kotler, Nancy Lee. - New Jersey : Wharton School Publishing, 2007. - XV, 332 p. : il. ISBN 0-13-187515-9.

KOTLER, Philip

Marketing management / Philip Kotler. - 11th ed. - Upper Saddle River : Prentice Hall, 2003. - 836 p. : il. ISBN 0-13-049715-0.

KUMAR, V.

Essentials of marketing research / V. Kumar... [et al.]. - 2nd. ed. - New York : John Wiley & Sons, 2002. - XIX, 553 p. : quadros, gráficos ; 23 cm + 1 CD-ROM - 18635 INA -SPSS student version. ISBN 0-471-41235-X.

LUCAS-ALFIERI, Debra

Marketing the 21st century library : the time is now / Debra Lucas-Alfieri. - Kidlington OX5 : Elsevier, 2015. - XIII, 105 p. - Chandos Information Professional. ISBN 978-1-84334-773-6.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

MADRUGA, Roberto Pessoa

Administração de marketing no mundo contemporâneo / Roberto Pessoa Madruga... [et al.]. - 1ª ed. - Rio de Janeiro : Fundação Getúlio Vargas, 2004. - 140 p. : il. - (Marketing. FGV Management). ISBN 85-225-0455-5.

MARKETING EM CONTEXTO DE MUDANÇA

Marketing em contexto de mudança / coord. Paula Cristina Lopes Rodrigues. - Lisboa : Universidade Lusíada, 2012. - 133 p. : il. - (Manuais). ISBN 978-989-640-122-1.

MARKETING IN THE CYBER ERA

Marketing in the cyber era : strategies and emerging trends / ed. Ali Ghorbani. - Hershey : IGI Global, 2014. - XIX, 337 p. : il. ; 29 cm. - (Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and E-Services). ISBN 978-1-4666-4864-7.

MARKETING RESEARCH

Marketing research : princípios e aplicações / coord. Bruno Valverde Cota, Leonor Bacelar Nicolau. - Lisboa : Universidade Lusíada, 2007. - 179 p. : il. ISBN 978-972-8883-92-8.

MERCATOR XXI

Mercator XXI : teoria e prática do marketing / Denis Lindon... [et al.]. - 10ª ed. - Lisboa : D. Quixote, 2004. - 701 p. : il. + 1 DVD . - (Gestão and Inovação. Ciências de Gestão). ISBN 972-20-2744-1.

MOHAMMED, Rafi A.

Internet marketing : building advantage in a networked economy / Rafi A. Mohammed... [et al.]. - 2nd ed., international ed. - New York : McGraw-Hill, 2003. - XXXI, 743 p. : il. ISBN 0-07-123259-1.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

MORGAN, Conway Lloyd

Logos : logo, identidade, marca, cultura / Conway Lloyd Morgan ; trad. Antónia Nabais. - 1ª ed. - Lisboa : Destarte, 1999. - 160 p. ISBN 972-8496-02-8.

OCDE

M-Government [Documento eletrónico] : *mobile technologies for responsive governments and connected societies* / Organization for Economic Co-Operation and Development. - 1st ed. – Ficheiro eletrónico textual (1,71 MB). – Paris : OECD, 2011. - 154 p. : il. ISBN 978-92-64-11869-0.

URL: www.oecd-ilibrary.org

OPEN TO THE PUBLIC

Open to the public : evaluation in the public arena / edited by Richard Boyle, Jonathan D. Breul and Peter Dahler-Larsen. - New Brunswick, London : Transaction , 2008. - 248 p. - (Comparative Policy Evaluation ; 13). ISBN 978-0-7658-0372-6.

PODNAR, Klement

Corporate communication : a marketing viewpoint / Klement Podnar. - London; New York : Routledge : Routledge, 2015. - VIII, 225 p. : il. ISBN 978-1-138-80470-8.

PROENÇA, João F.

Marketing de serviços públicos : casos de estudo / João F. Proença. - 1ª ed. - Lisboa : Escolar , 2008. - 226 p. : il. + 1 CD intitulado Medula : a fábrica da vida. ISBN 978-972-592-218-7.

PROENÇA, João F.

Marketing de serviços públicos : casos de estudo - slides em powerpoint [Registo ótico] / João F. Proença. - 1ª ed. - Lisboa : Escolar , 2008. - 1 disco óptico (CD-Rom) : il.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

RITA, Paulo

O marketing no negócio electrónico [Documento electrónico] / Paulo Rita, Cristina Oliveira. - Ficheiro electrónico textual (5,33 MB). - Porto : SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação, 2006. - 136 p. : il. ISBN 972-8589-65-4.

ROBERTO, Paulo

Marketing de resultados [Documento electrónico] / Paulo Roberto e Kroich Gomes. - Ficheiro electrónico textual (616,1 KB). - Jaraguá do Sul : Vocare, 2003. - 120 p. : il.

[URL:www.vocare.com.br](http://www.vocare.com.br)

RODRIGUES, Paula Cristina Lopes, 1970-

Apontamentos de gestão comercial e marketing / Paula Cristina Lopes Rodrigues. - Lisboa : Universidade Lusíada, 2004. - 135 p. : il. - (Manuais). ISBN 972-8397-50-X.

SARGEANT, Adrian

Marketing management for nonprofit organizations / Adrian Sargeant. - 3rd ed. - Oxford : Oxford University Press, 2009. - XX, 498 p. : il. ISBN 978-0-19-923615-2.

SCHULTZ, Mike

Professional services marketing : how the best firms build premier brands, thriving lead generation engines, and cultures of business development success / Mike Schultz, John E. Doerr, Lee W. Frederiksen. - 2nd. ed. - New Jersey : John Wiley & Sons, 2013. - XV, 352 p. : il. ISBN 978-1-118-60434-2.

SCOTT, David Meerman

As novas regras de marketing e relações públicas / David Meerman Scott. - 1^a ed. - Porto : Porto Editora, 2008. - 335 p. ISBN 978-972-0-4514-0.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

SEBASTIÃO, Sónia Pedro

Fundamentos da comunicação integrada organizacional e de marketing : manual pedagógico de comunicação integrada; publicidade e relações públicas; comunicação organizacional / Sónia Pedro Sebastião. - Lisboa : Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 2015. - 272 p. : il.
ISBN 978-989-646-090-7.

SMITH, Catherine F.

Writing public policy : practical guide to communicating in the policy making process / Catherine F. Smith. - 2nd ed. - Oxford : Oxford University Press, 2010. - XXIV, 198 p. ; 21 cm. ISBN 978-0-19-537982-2.

SOSTRIN, Jesse

Re-making communication at work / Jesse Sostrin. - 1st ed. - New York : Palgrave MacMillan, 2013. - XIX, 269 p. : il. ISBN 978-1-137-33706-1.

SWAIN, John W.

Effective writing in the public sector / John W. Swain and Kathleen Dolan Swain. - Armonk ; London : M.E. Sharpe, 2014. - XIII, 207 p. ISBN 978-0-7656-4149-6.

TEMPORAL, Paul

Branding for the public sector : creating, building and managing brands people will value / Paul Temporal. - 1st ed. - Chichester : Wiley , 2015. - VIII, 279 p.
ISBN 978-1-118-75631-7.

VALLABHANENI, S. Rao

Corporate management, governance, and ethics best practices / S. Rao Vallabhaneni. - 1st ed. - New Jersey : John Wiley & Sons, 2008. - XX, 430 p. : il.
ISBN 978-0-470-11723-1.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

VIEIRA, José Manuel Carvalho

Inovação e marketing de serviços / José Maria Carvalho Vieira ; prefácio de Jorge Jardim Gonçalves. - São Paulo, Lisboa : Verbo, 2000. - 188 p. : il.
ISBN 972-22-1981-2.

WILSON, Laurie J.

Strategic communications planning : for effective public relations & marketing / Laurie J. Wilson, Joseph D. Ogden. - 5th ed. - Dubuque : Kendall / Hunt Publishing Co., 2004. - XVII, 266 p.: il. ISBN 978-0-7575-4887-1.

WIND, Yoram (Jerry),

Marketing de convergência : estratégias para conquistar o novo consumidor / Yoram (Jerry) Wind, Vijai Mahajan, Robert E. Gunther ; tradução de Roberto Galman. - São Paulo : Pearson Education, 2003. - 323 p. : il. ISBN 85-346-1426-1.

ZALTMAN, Gerald

How customers think : essential insights into the mind of the market / Gerald Zaltman. - Boston : Harvard Business School Press, 2003. - 323 p. : il.
ISBN 1-57851-826-1.