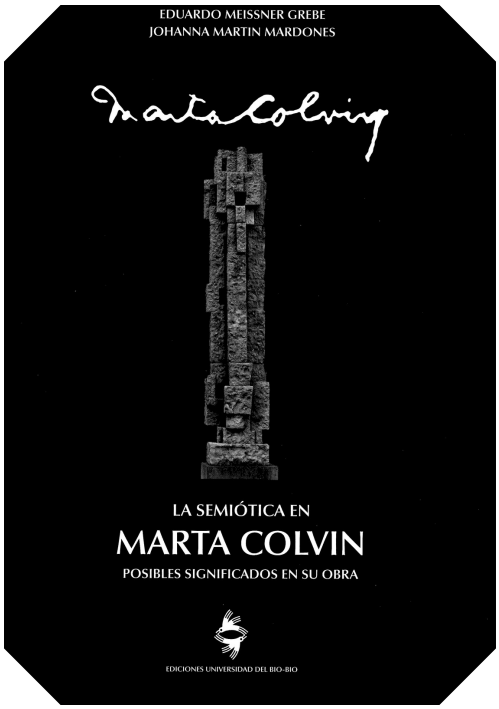
UNIVERSIDAD
Finis Terrae

Boletín de Libros
Biblioteca

JUNIO 2018

ARTES



La semiótica en Marta Colvin :posibles significados en su obra

Autor:
Meissner Grebe, Eduardo

Reseña

El libro "Semiótica en Marta Colvin. Posibles significados a su obra" es un gran complemento para todos quienes quieren profundizar en la propuesta plástica de esta artista desde dos perspectivas que permiten ampliar la visión de su obra.

Ubicación
730.983 C727s 2017

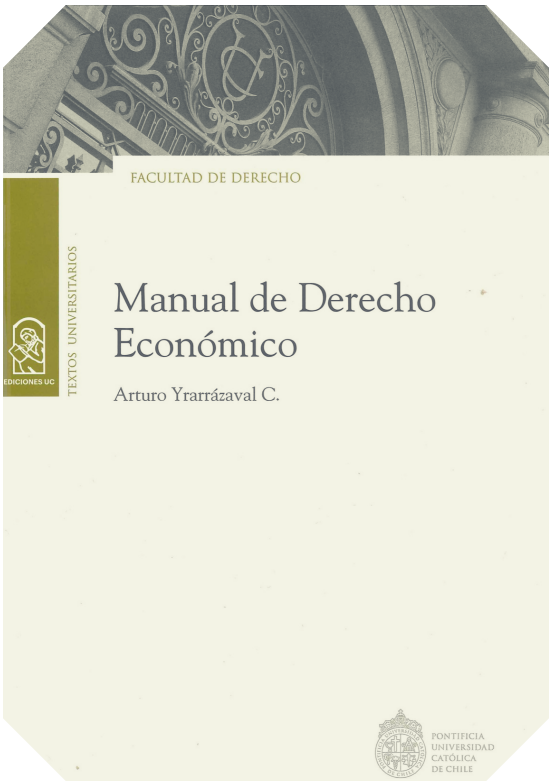
Copias : 1

Disponible en Hemeroteca

Para revisar el catálogo de libros visita:

www.finisterrae.cl/biblioteca

DERECHO



Manual de derecho económico

Yrarrázaval Covarrubias, Arturo

Reseña

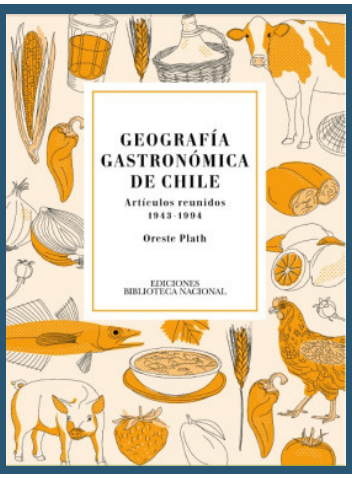
Esta obra presenta de manera rigurosa, didáctica y también amena, una visión completa del Derecho Económico, con bibliografía específica y actualizada en cada capítulo. El autor, revisa la evolución del derecho económico, el orden público económico, la Constitución económica, el Banco Central, la administración financiera del Estado, el régimen de precios, la libre competencia, el mercado bancario y la regulación bancaria, la competencia desleal y la protección del consumidor, los principios fundamentales del mercado de valores y la regulación financiera, el mercado cambiario, el comercio exterior y la inversión extranjera.

Ubicación
346.8307 Y87 2018

Copias : 20

Disponibles en Biblioteca Central

Libro Destacado DGAC



Geografía gastronómica de Chile :artículos reunidos 1943-1994 /

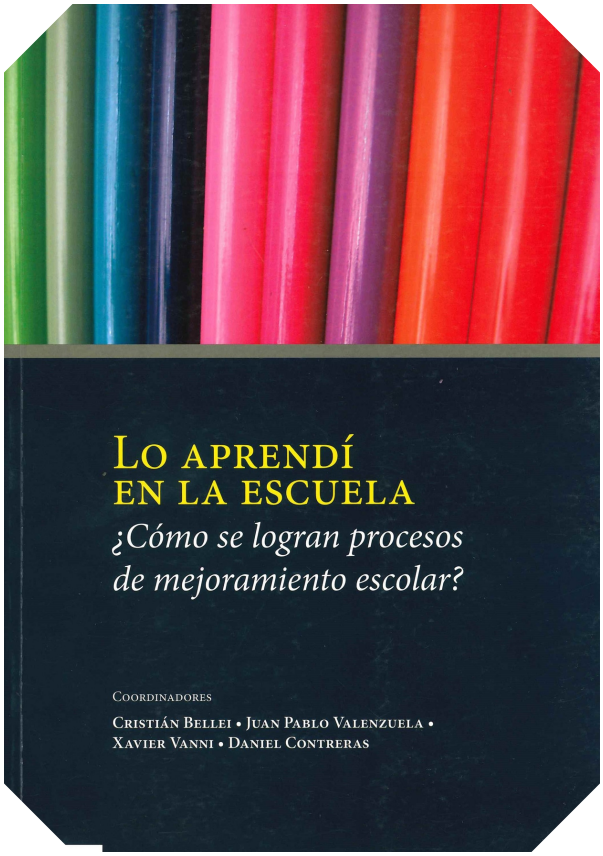
Plath, Oreste - 394.1 P716 2018

La cocina no es solo sabor, sino también memoria. Es patrimonio de un pueblo, su cultura y su gente. ¿Pero que hace única y la vez tan diversa a la cocina chilena? Hace casi ochenta años atrás, el poeta e investigador Oreste Plath, comenzó a recorrer Chile en busca de la respuesta.Visitó tantos mercados, caletas, bares, picadas y fundos se le cruzaban en el camino, metiéndose en sus cocinas, probando sus preparaciones, y como no, conversando con su gente.

EDUCACIÓN PARVULARIA

Lo aprendí en la escuela :¿cómo se logran procesos de mejoramiento escolar?

Bellei, Cristián



Reseña

Este libro estudia un conjunto de escuelas chilenas que ha logrado generar procesos de mejoramiento educativo y sostenerlos en el tiempo. Para conocer sus historias, un equipo de investigadores coordinados por el Centro de Investigación Avanzada en Educación de la Universidad de Chile (CIAE) y UNICEF fue a entrevistar a directivos, profesores, alumnos y familias, conversar con sus comunidades, observar su trabajo en las salas de clases y sus espacios cotidianos de convivencia. texto

Ubicación
370.983 L795 2014

1 Copia

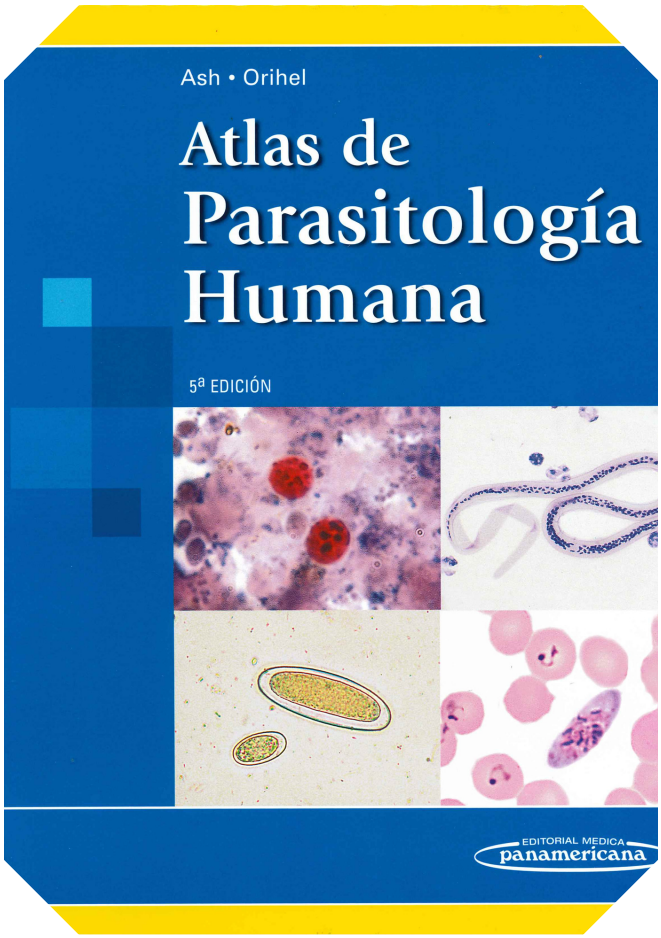
Disponible en Biblioteca Central

Recuerda que el horario de atención de Biblioteca Central es de **Lunes a Viernes desde las 8:30 a 22:00 hrs. y los sabados de 8:30 a 18:00 hrs.**

Libro Destacado DGAC

ENFERMERÍA

Atlas de parasitología humana 5a. ed



Ash, Lawrence R.

Reseña
Esta nueva edición, trae una sección que describe los procedimientos más adecuados en la práctica actual de laboratorio.

Se actualizó bibliografía referente a parásitos o grupos de parásitos, la mayor parte de los años 2000 a 2006. Se conservaron algunas referencias clásicas porque abarcan temas que no están en otros textos y se refieren al enfoque diagnóstico de las infecciones parasitarias.

Se actualizaron la descripción de especies. Se agregaron ilustraciones acerca de las características clínicas más importantes de las infecciones parasitarias.

Ubicación
QX17 A819 2010
Copias : 5

Disponible en Biblioteca Central

Biblioteca Tips

Ingresar con vasos no herméticos o alimentos a biblioteca **esta completamente prohibido por el reglamento.**

Cuidemos nuestros espacios de estudio, mantengámoslos limpios y respetemos a nuestros compañeros.

PUBLICIDAD

El pensamiento creativo. :El poder del pensamiento lateral para la creción de nuevas ideas.

De Bono, Edward

Reseña

Edward De Bono demuestra en esta obra que referirse al pensamiento creativo no es ninguna utopía: en el fondo, las herramientas formales de la creatividad se basan en la lógica de los sistemas de autoorganización, lejos del modelo «fantasioso» al que nos han acostumbrado ciertos investigadores con sus teorías. Los más de veinticinco años de experiencia, investigación y reflexión de su autor lo convierten en un libro fundamental para los que deben utilizar el pensamiento creativo en su vida cotidiana.

Ubicación
153.35 D287 1994

Copias : 1

Disponible en Biblioteca Central

Recuerda que el horario de atención de Hemeroteca es de **Lunes a Viernes desde las 8:30 a 19:00 hrs.**

Puedes acceder a las estanterías de Hemeroteca en los siguientes bloques horarios de lunes a viernes: de 10:00 a 12:00 y de 16:00 a 18:00

PUBLICIDAD

Historia de las teorías de la comunicación.

Armand Mattelart | Michèle Mattelart

Reseña

Este texto constituye un recorrido por el espectro interdisciplinar de las ciencias de la información y comunicación del siglo XX. Sus autores se dan a la tarea descriptiva y crítica a la vez de formular el mapa de las principales corrientes y escuelas de la disciplina, a través de un ejercicio historiográfico de finales del siglo XVIII, centrados en el plexo del siglo XX.

Ubicación
302.2 M435 2005
Copais: 1

Disponible en Biblioteca Central

Recuerda que el horario de atención de Hemeroteca es de **Lunes a Viernes desde las 8:30 a 19:00 hrs.**

Puedes acceder a las estanterías de Hemeroteca en los siguientes bloques horarios de lunes a viernes: de 10:00 a 12:00 y de 16:00 a 18:00

PUBLICIDAD

1001 trucos publicitarios

Luc Dupont

Reseña

1001 trucos publicitarios es un practico manual para crear anuncios que vendan, y se ha convertido ya en la biblia del mundo profesional de la publicidad y el marketing en los países de habla francesa e inglesa. Escrito en un lenguaje claro, conciso y directo, el libro ofrece centenares de ejemplos e ilustraciones publicitarias (ampliadas en esta edición con referencias del ámbito español), así como explicaciones sobre el como y el porque funcionan estos anuncios.

Ubicación
659.132 B661 2005

Copias : 1

Disponible en Biblioteca Central

PUBLICIDAD

Publicidad contagiosa :claves creativas del marketing viral

Sivera Bello, Silvia

Reseña

Este libro se centra en detectar las claves creativas comunes que detonaron el contagio de 651 vídeos publicitarios entre los usuarios de las redes sociales digitales.A partir de un constructo analítico formado por drivers creativos, cepas virales y la variable ambigüedad, se propone la fórmula V = cc (d+c) + a, como base inspiradora para crear publicidad altamente contagiosa.

Ubicación
658.872 S624 2015

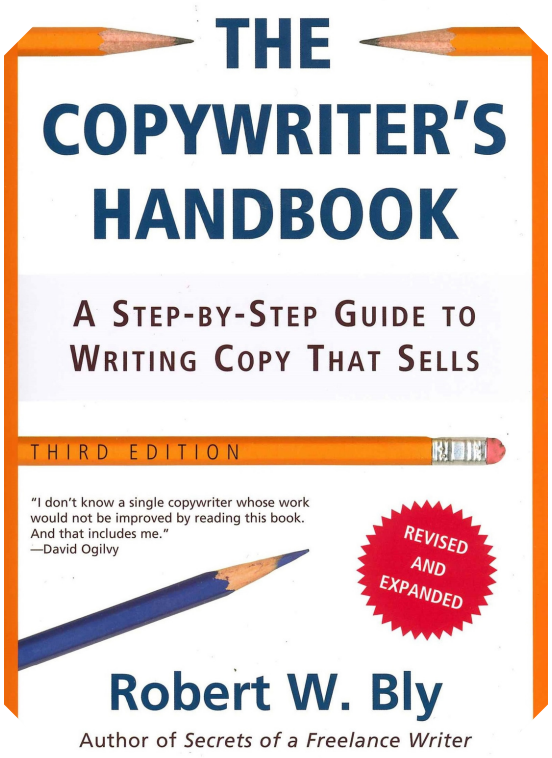
Copias : 1

Disponible en Biblioteca Central

PUBLICIDAD

The copywriter's handbook :a step-by-step guide to writing copy that sells

Bly, Robert W.



Reseña

Este es un libro para todos los que escriben o aprueban el copy. Revela docenas de técnicas de redacción publicitaria que pueden ayudarle a escribir anuncios, anuncios publicitarios y correo directo que sean claros, persuasivos y que obtengan más atención y vendan más productos.

Esta tercera edición, revisada a fondo, incluye toda la nueva información esencial para dominar la redacción publicitaria en la era de Internet, incluyendo asesoramiento sobre redacción publicitaria basada en la Web y el correo electrónico, presentaciones multimedia, e investigación en Internet y documentación de fuentes, así como recursos actualizados.

The Copywriter's Handbook sigue siendo la guía definitiva para las personas que escriben o trabajan con texto.

Ubicación
659.132 B661 2005

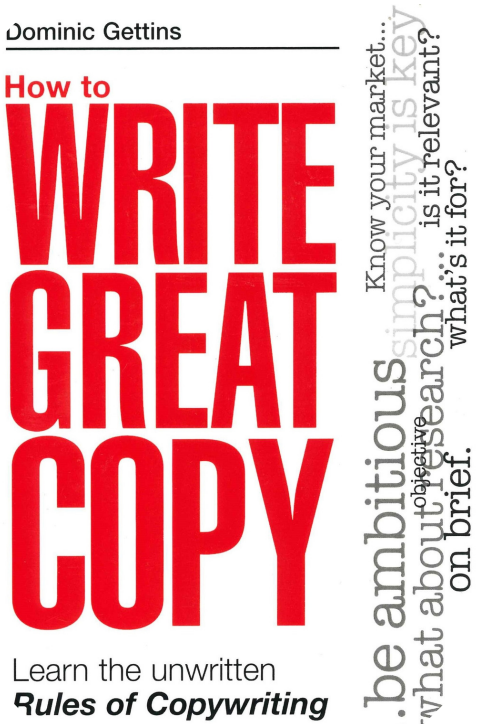
Copias : 1

Disponible en Biblioteca Central

PUBLICIDAD

How to write great copy :learn the unwritten rules of copywriting

Gettins, Dominc



Reseña

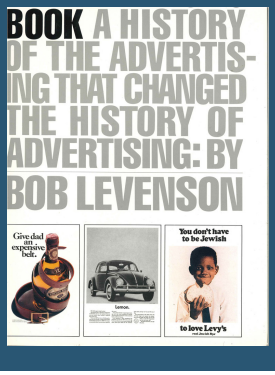
Dominic Gettins en esta guía delgada y elegantemente escrita, demuestra claramente su capacidad de transmitir su mensaje y muestra a los lectores cómo hacer lo mismo. Articula el conocimiento no codificado que los redactores y directores de arte usan cuando escriben anuncios para que los lectores los apliquen a cualquier comunicación que tengan que producir.

Las técnicas y principios pueden aplicarse a cualquier forma de redacción promocional, en la prensa nacional, boletines, comunicados de prensa, publicidad directa, carteles, televisión, radio e incluso informes y memorandos internos. Las presenta en forma de 8 reglas esenciales: conozca su mercado objetivo; investigue; responda al briefing; sea relevante; sea objetivo; manténgalo simple; conozca su medio; y sea ambicioso.

Ubicación
659.132 G394 2006
Copias : 1

Disponible en Biblioteca Central

Libro Destacado



Bill Bernbach's book :a history of the advertising that changed the history of advertising /

Levenson, Bob

Una mirada al interior de algunas de las campañas publicitarias más famosas de la historia reciente, creado por Bill Bernbach, fundador de Doyle Dave Bernbach, incluye detalles sobre la historia y filosofía de cada campaña, así como teorías sobre publicidad.