Bibliografía

- Berlo, David (1991). El Proceso de la Comunicación. México, D.F.:Ateneo.

- Carrillo Italia, Cano Vicente, (2003). Propuesta del Manual de Identidad y Manual de Fundamentos para el Centro Integral de Fotografía. Tesis UDLAP.

- Costa, Joan. (2001). Identidad corporativa. Ed. Trillas, México.

- Costa, Joan. (1993). Identidad corporativa. Ed. Trillas, México.

- Chaves, Norberto. (1997). La imagen corporativa. Ed. Gustavo Gilli, España.

- Diccionario de sinónimos y antónimos. Ediciones Culturales Internacionales, S.A. de C.V., México, 1990.

- Goffe Rob, Gareth Jones. (2001). El carácter organizacional. Ediciones Granica, S.A., Barcelona.

- Gordoa, Victor. (1999) .El poder de la imagen publica. EDAMEX, México.

- Hernández, Fernández y Baptista.(2000). Metodología de la Investigación. Ed. Mc Graw Hill.México.

- Llano, Paúl. (1995). Visual Communication: images with messages. Belmont, Calif.:Wadsworth Pub. Co.

- Nicholas, Ind–An. (1992). La imagen corporativa: estrategia para desarrollar programas de identidad eficaces. Madrid, España: Editorial Ediciones Díaz de Santos.

- Martines, Gloria (2002). Análisis de comunicación interna-estudio de caso-: Animatronix S.A de C.V. Tesis UDLAP.

- Martín Novoa, Isabel. (2000). Identidad Corporativa: La primera comunicación empresarial. Mujeres de Empresa.

- Monter, Ricardo. (Primavera 2000). Identidad Corporativa IX. Apuntes de la materia Diseño IX UIA Puebla.

- Munich Lourdes, Ángeles Ernesto. (1990). Métodos y técnicas de investigación. México: Trillas. 2da edición.

- Murphy, John; Rowe, Michael. (1992). Cómo diseñar marcas y logotipos. Gustavo Gilli. 2da edición.

- Saldaña María, Pablo Marilyn, (2005). Análisis de la Cultura Organizacional, Evaluación de la Imagen e Identidad Corporativa para la Creación de Manuales Corporativos para la Empresa Transportes Saldaña Granda S.A. de C.V. Tesis UDLAP.

- Sánchez, Salvador. “La visión estratégica del comunicador organizacional”. Citado en Rebeli, Maria Antinieta y Ruízandoval Celia. (2000). El Poder de la Comunicación en las Organizaciones. (segunda edición). México, DD.F.:Plaza y Valdés.

- Seynsohn, Daniel. (1993). Más allá de la imagen corporativa. Argentina: Macchi.

- Seymour, D.T. (1988). Marketing research: Qualitative methods for the marketing professional. Chicago: Probus Publishing Company.

- Smith, Oscar. (2002). Marketing de imagen. Ed. Anónima, México.

- Soto Rosario, Castillo Talina. (2002). Estrategia de campaña de comunicación interna para mejorar la imagen del Instituto García de Cisneros. Tesis UDLAP, no publicada.

- Tejeda Palacios, Luis. (1987). Gestión de la Imagen Corporativa: Creación y Transmisión de la Identidad de la Empresa. Colombia: Editorial Norma.

- Tiburcio, Alejandra. (2004). Diseño de la identidad Corporativa de la empresa Textiles Anáhuac, S.A. de C.V. Tesis UIA Puebla.

- Whelan, Bride M. Color Harmony. Somohano.1994.

- http://www.newsartesvisuales.com/identi/ident2.htm