BIBLIOGRAFÍA

- Babbie, Earl. Fundamentos de investigación social. México: International Thompson. 2000
- Beaumont M. (1988), Tipo y color, Editorial Hermann Blume, España
- Benzanilla Mier, Alida. La importancia de la Comunicación en el Proceso de desarrollo de una Identidad Corporativa. Tesis para obtener el grado de licenciada en Ciencias de la Comunicación, Puebla, México, 2000.
- Bereswilll, Joseph. Corporate design: graphic identity sistems. New York: PBC International, 1987.

- Bereswilll, Joseph. Corporate design: graphic identity sistems. New York: PBC International, 1987.

- Blanchard, G. La letra. Barcelona: CEAC, 1988.

- Blanchard, G. La letra. Barcelona: CEAC, 1988.

- Braham, Bert. Manual del Diseñador Gráfico. Ediciones Celestes: Madrid: 1991
- Carter, David E. American Corporate Identity. Editorial Hearst International, Hong Kong:1993
- Carter, David E. Designing corporate identity programs for small corporations. New York: Art Direction Book Company, 1982.
- Chaves, Norberto. La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional. Barcelona: Gustavo Gili, 1988.
- Chávez, Norberto (1998). La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional. Barcelona: Gustavo Gili
- Costa, Joan. (1987). Imagen global: evolución del diseño de identidad. Barcelona: CEAC
- Costa, Joan. (1992). Identidad Corporativa. Barcelona: CEAC
- Costa, Joan. Identidad Corporativa y Estrategia de Empresa. Ediciones CEAC, España, 1992.
- Costa,Joan. Imagen Global: Evolución del Diseño de Identidad. Barcelona: CEAC, 1987.

- Fischel, Catherine. Rediseño de la Imagen Corporativa. Ed. Gustavo Gilli, México, 2000.
- Frutiger, Adrian. Signos, símbolos, marcas, señales. Barcelona. Gustavo Gili, 1981.

- Frutiger, Adrian. Signos, símbolos, marcas, señales. Barcelona. Gustavo Gili, 1981.

- Garbet, F. Thomas. (1991). Imagen Corporativa (Como Crearla y Proyectarla). Legis: Bogotá
- Garbet, F. Thomas. (1991). Imagen Corporativa (Como Crearla y Proyectarla). Legis: Bogotá, Caps. 1 y 2, pp. 1-27.
- Gee, Bobbie. Winning The Image Game. Ed. Page Mill Press, E.U.A, 1993
- González Solas, Javier. Identidad Visual Corporativa: la imagen de nuestro tiempo. Madrid: Síntesis, 2002.

- González Solas, Javier. Identidad Visual Corporativa: la imagen de nuestro tiempo. Madrid: Síntesis, 2002.

- Gordoa, Víctor. (1999). El Poder de la Imagen Pública (Plan maestro para inspirar confianza y ganar credibilidad). Edamex: México
- Gordoa, Victor. (2003). La imagen pública. México: Edamex
- Gregory, James. Marketing Corporate Image. Editorial NTC Bussiness Books, Illinois: 1991
- Hefting, Paul. (1991). En busca de una identidad algo tan obvio y a la vez tan complejo en la imagen corporativa. Barcelona: Gustavo Gili
- Henrión, F. La Imagen corporativa en la Imagen corporativa. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1991.
- Hnerion, F. (1991) La imagen Corporativa en la Imagen corporativa. Barcelona: Gustavo Gili
- IND, Nicholas. La Imagen Corporativa. Ed. Díaz de Santos, Barcelona, 1992
- Jenkins, Nicholas. La identidad visual de la empresa. Madrid: Ediciones Deusto, 1993.

- Jenkins, Nicholas. La identidad visual de la empresa. Madrid: Ediciones Deusto, 1993.
- Keith, Davis y Newatrom, Jonh. Comportamiento Humano en el trabajo. Ed. Mc Graw Hill, México, 1999.
- López Alonso, Rodrigo. Imagen de marca. Madrid: Acento, 1993.
- Millán, Antonio. El signo lingüístico. Ed. Trillas, México, 1996
- Mollerup, Per. Marks of Excellence: the history and taxonomy of trademarks. London: Phaidon Press, 1997.
- Murphy, John. Cómo diseñar marcas y logotipos. Barcelona: Gustavo Gili, 1991
- Nicholas, Ind. (1992), La imagen corporativa: estrategias para desarrollar programas de identidades eficaces. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Olins, Wally. Identidad Corporativa. Madrid: Celeste Ediciones, 1991.
- Olins, Wally. (1991). Identidad Corporativa. Celeste Ediciones: Madrid

- Pérez Lorenzo, María L. Tesis para obtener el título de Master en psicología: Desarrollo de un instrumento de medición que permite medir la cultura organizacional. Santa Catarina Mártir, Puebla: 1998

- Rosell, Eugeni. The Image of a Company, Manual for Corporate Identity. Editorial G. Gili, Barcelona: 1991.
- Sampieri, Roberto. Metodología de la Investigación. Ed. Mc Graw Hill, México, 1994.
- Satué, Enric. El diseño gráfico en España : historia de una forma comunicativa nueva. Madrid : Alianza, 1997.
- Schmidt, Klaus. The Questfor Identity. Editorial Cassell, Gran Bretaña: 1995
- Schmitt, Bernd and Alex Simonson. Marketing y estética: la gestión estratégica de la marca, la identidad y la imagen. Bilbao: Deusto 1998.
- Scott M. Cutlip, Allen H. Effective public relations. Ed. Prentice-Hall, E.U.A, 1985
- Sexe, Néstor. Diseño.com. Editorial Paidós, Argentina:2001.

- Shceinsohn, Daniel. (1993). Mas allá de la imagen corporativa. Argentina: Macchi.
- Smith, Oscar. Marketing de Imagen. Ed. Anónima, México, 2002
- Verdú, Vicente. El estilo del mundo: la vida en el capitalismo de ficción. Barcelona: Anagrama, 2003.
- Villafañe J, Imagen Positiva. La gestión estratégica de la imagen de las empresas, Pirámide, 1993.
- Villafañe, Justo y Norberto Mínguez. Principios de Teoría General de la Imagen. Madrid: Pirámide, 1996.
- Villafañe, Justo. (1996). Introducción a la teoría de la imagen. Madrid: Pirámide

- http://rrppnet.com.ar/imagencorporativa2.htm
- http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/med/tips.htm
- http://www.juntadeandalucia.es/cpre/cda/views/pages/cpre_canal_tipo5_inicio/0,19662,7790509_11921932,00.html
- http://www.madrid.org/medioscomunicacion/diseno/manualdeidentidad/principal.htm
  http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n34/jcosta.html
- http://www.rrppnet.com.ar/identidad.htm
- http://www.villafane.com/upload/F27841914.pdf
- http://www.villafane.com/upload/F27841914.pdf
- http://www.um.edu.mx/docs/logotipo/manual.pdf
- (http://www.sociedaddelainformacionycibercultura.org.mx/congreso/PONENCIA%20ALAIC-PATRICIAAGUIRREGAMBOA.DOC)
- (http://www.turemanso.com.ar/fuego/psi/gestalt.html)