

Referencias:

- Armour, S. (1998, September 30). Failure to communicate costly for companies, USA Today, p18
- Daniels, T.D., y Spiker, B.K. (1991). Perspectives on organizational communication (2nd ed.). Dubuque, I.A: Brown.
- Fernández M, (2008). Estrategias de promoción, UDLA
- GALLUP, (2008, marzo). Disponible en :
<http://www.gallup.com/corporate/115/About-Gallup.aspx>
- González G. y Fernández Z., (2006) Informe de Productividad Competitiva: 2006, IPPC.
- Guerrero C. y Guardiola V., (2002) Marketing para PyMes II: Plan de Comunicación, MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE
- Harris T. E. (2002). Applied Organizational Communication, Principles and pragmatics for Future Practice, (2nd ed.) Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers
- Instituto Poblano para la Productividad Competitiva (IPPC), (2007, diciembre). Disponible en: www.ippc.org.mx/
- Kreps G. L. (1986). Organizational Communication, Theory and practice, Longman
- Olamendi G. (2008) Cómo Realizar un Plan de Comunicación, Disponible en:
(<http://www.estoesmarketing.com/Manuales/Como%20realizar%20un%20Plan.pdf>)
- Pace R. W. (1988). Organizational Communication, Foundations for Human Resource Development, Prentice-Hall, Inc

- Scheinsohn D. A. (1993). Comunicación Estratégica, Management y Fundamentos de la Imagen Corporativa (2da ed) Ediciones Macchi, Buenos Aires, Argentina.
- Steinberg C. (1970), The Communicative Arts, An introduction to mass media, (1st ed) Hastings House, Publishers
- Survey: GE campaigns to boost execs' job satisfaction. (1984, March). World of Work Report, p.1.
- Wofford J. C., Organizational communication: the keystone to managerial effectiveness, (1977), New York : McGraw-Hill Book Co