

BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, DA, *Construir marcas poderosas*, Gestión 2000, 1996.
- Aaker DA y Joachimsthaler E, *Liderazgo de marca*, Deusto, 2005.
- Álvarez T y Caballero M, *Vendedores de Imagen. Los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*, Paidós, 1997
- Albrecht K, *La misión de la empresa*, Paidós, 1996.
- Aragónés P, *Empresa y medios de comunicación*, Gestión 2000, 1998.
- Capriotti P, *Planificación estratégica de la imagen corporativa*, Ariel Comunicación, 1999.
- Davies Gary, *Corporate Reputation and Competitiveness*, Routledge 2003.
- Dowling G., *Creating Corporate Reputations*, Oxford University Press, 2001
- Doppler K & Lauterburg Ch, *Change Management. Cómo configurar el cambio en las empresas*, Ariel, 1998.
- Elías J y Mascaray J, *Más allá de la Comunicación Interna*, Gestión 2000, 1998.
- Fombrun Ch J, *Reputation. Realizing Value from the Corporate Image*, Harvard Business School Press, 1996
- Fombrun CH., J., Van Riel C., *Fame and Fortune*, Prentice Hall 2003.
- Gan F et al, *Desarrollo de Recursos Humanos*, Apóstrofe, 1996.
- González Herrero A, *Marketing preventivo: la comunicación de crisis en la empresa*, Bosch, 1998.
- Guardia Massó R, *El beneficio de compartir valores. Marketing social corporativo, una nueva estrategia para diferenciar las marcas*, Deusto, 1998.
- Klein N., *No logo*, Editorial Paidós, 2001.
- Lessem, R, *Gestión de la Cultura Corporativa*, Díaz de Santos, 1992.
- Monclús R. *Información sobre intangibles en la nueva economía*, Accid Contabilidad y Dirección 2006
- Ollins W. *Identidad Corporativa*, Celeste, 1991.
- Ramírez T., *Funciones, disfunciones Gabinetes de Comunicación e incidencia*, Bosch, 1995.
- Ries Al, Ries Laura, *El origen de las marcas* Empresa Activa 2004
- Sanz de la Tajada LA, *Auditoría de la imagen de empresa. Métodos y técnicas de estudio de la imagen*, Síntesis, 1996.

Sarabia FJ. *Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas*, Pirámide, 1999.

Schein EH. *La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica*, Plaza & Janés, 1988.

Strategor, *Estrategia, estructura, decisión, identidad*, Biblio Empresa, 1995.

Thevenet M, *Auditoría de la cultura empresarial*, Díaz de Santos, 1992

Torres Coronas T., *La valoración de las marcas*, Gestión 2000, Barcelona 2002.

Van Riel CBM. *Comunicación Corporativa*, Prentice Hall, 1997.

Villafañe J, *Imagen Positiva. La gestión estratégica de la imagen de las empresas*, Pirámide, 1993.

Villafañe J, *La gestión profesional de la imagen corporativa*, Pirámide, 1999.

Villafañe J, *La buena reputación*, Pirámide, 2003.

Villafañe J, *Quiero trabajar aquí. Las seis claves de la reputación interna*. Pearson. 2006.

Villafañe J (ed), *El Estado de la Publicidad y el Corporate en España y Latinoamérica*, Pirámide, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004.

Villafañe J (ed), *La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica*, Pirámide 2005, 2006.

Westphalen MH y Piñuel JL, *La dirección de comunicación*, Ediciones del Prado, 1993.