

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aaker, D. (1996). *Building strong brands*. Nova Iorque: The Free Press.

Best, K. (2006). *Design management: managing design strategy, process and implementation*. Lausanne: AVA Publisher.

Clifton, R. & Simmons, J. (2005). *O mundo das marcas*. Lisboa: Actual Editora.

Davis, M. (2005). *More than a name – an introduction to branding*. Lausanne: AVA Publishing.

Kapferer, J.-N. (2008). *The new strategic brand management – creating and sustaining brand equity long term*. Londres: Kogan Page.

Keller, K.L. (2003). *Strategic brand management – building, measuring and managing brand equity*. Massachusetts: Prentice Hall.

Lencastre, P. – coord. (2007). *O livro da marca*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Lendrevie, J., Baynast, A., Dionísio, P. & Rodrigues, J. V. (2008). *Publicitor*. Alfragide: D. Quixote.

Mozota, B.B. (2002). *Design management using design to build brand value and corporate innovation*. Paris: Éditions d'Organisation.

Neumeier, M. (2006). *The brand gap*. Berkeley: New Riders.

Olins, W. (2005). *A marca*. Lisboa: Editorial Verbo.

Raposo, D. (2008). *Design de identidade e imagem corporativa – branding, história de marca, gestão de marca, identidade visual corporativa*. Castelo Branco: Edições IPCB.

Ruão, T. (2006). *Marcas e identidades*. Porto: Campo das Letras.