

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre M. García y Aparicio M. De Casto. (2002). La gestión de calidad y el marketing interno como factores de competitividad en empresas de servicios: El caso de empresas vascas de servicios con gestión avanzada. Cuadernos de Gestión. Vol. 2. Nº 2.
- Andaleeb S. Saad y Conway C. (2006). Customer Satisfaction in the restaurant industry: an examination of the transaction-Specific Model. Journal of Services Marketing. Vol. 20. pp 3-11.
- Bator C. Kenneth (2002). The Pros and cons of the three types of feedback. The Credit Union Journal.
- Casares E. (2007). La comunicación en la Organización; La retroalimentación como fuente de Satisfacción. Razón y Palabra. Nº 56.
- Evans J. y Lindsay W. (2000). Administración y Control de la Calidad. Ed. Thomson International. México.
- Galgano.es
http://www.galgano.es/lmbinaries/pdf4318_pdf.pdf
Interpretación de la calidad en el sector Agroalimentario.
Grima y Tort-Martorell (1995) y Straker (2001)

- George M. Zinkhan and Brian C. Williams. (2007). The New American Marketing Association Definition of Marketing: An alternative Assessment. Journal of Public Policy and Marketing. Vol. 26, N° 2, pp 284-288.

- Grande I. (2005). Marketing de los Servicios. Ed. ESIC. México.

- Grove J. Stephen, Fisk P. Raymond y John J. (2003). The Future of Services Marketing: Forecasts from ten services experts. Journal of Services Marketing. Vol. 17, N° 2, pp 107 - 121.

- Hattie J. y Timpereley H. (2007). The Power of Feedback. Review of educational Research. pp 77-81.

- Hernández, Fernández y Baptista (2004). Metodología de la Investigación. Ed. Mc Graw Hill. México.

- Heung C.S. Vincent y Lam T. (2003). Customer Complaint behaviour towards hotel restaurant services. International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol. 15 N° 5, pp. 283-289.

- Hughes Middleton A. (2006). Exit, Voice and Customer Loyalty. KnowledgeBase Marketing in Richardson.

- Iglesias M. Pedraja y Yagüe M. Guillen. (2004) Perceived quality and price: Their impact on the satisfaction of restaurant customers. International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol. 16, N° 6, pp 374 - 379.

- Jang D. y Mattila S. Anna (2005). An examination of restaurant loyalty programs: What kind of rewards do customers prefer? International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol. 17. N° 5. Pp. 402-408.

- Kinnear y Taylor (2003). Investigación de Mercados. Un enfoque Aplicado. Ed. McGraw Hill. México.

- Kotler P y Armstrong G. (2008). Fundamentos de Marketing. 8ª Ed. Pearson: Prentice Hall. México.

- Kotler P., Bloom P. y Hayes T. (2004). El marketing de Servicios Profesionales. Ed. Paidós SAICF. México.

- Malhotra N. (2004). Investigación de Mercados. Un enfoque Aplicado. 4ª Ed. Prentice Hall. edición.

- Market.haloso
<http://market.haloso.net/upfiles//20060527022543.doc>
What is the meaning of Marketing?
Lisa M. Keefe. 2004

- MarketingPower.com
[http://www.marketingpower.com/ layouts/Dictionary.aspx?dLetter=S](http://www.marketingpower.com/layouts/Dictionary.aspx?dLetter=S)
Obtenido en Fecha: 22 de Agosto del 2006
AMA Dictionary

- Murillo M, Marysela, (2008). Los Recursos Humanos en el Marketing de Servicios. Actualidad Contable FACES. N° 16, pp. 61-77.

- Payne A. (1996). La Esencia de la mercadotecnia de servicios. Ed. Prentice Hall Hispanoamericana. México.

- Quetglas G. Martin, Lleó V. Cerverón, Ramírez F. Gálvez. (2007). Las TIC y la Ciencia, Ingeniería y Gestión de los servicios. Revista de la Asociación de Técnicos de Informática. N° 190, pp. 69-72.

- Roura C. y Gómez R. (1993). Los servicios en España. Ed. Piramide. España.

- Stanton W, (2004). Fundamentos de Marketing. 13^a Ed. Mc Graw Hill. México.

- Stauss B. (2002). The dimensions of complaint satisfaction: Process and outcome complaint satisfaction versus cold fact and warm act complaint satisfaction. Managing Service Quality. Vol. 12, N° 3, pp. 173- 183.

- Thomson Media (2005). Will Feedback Help? Practical Account. Vol. 38. Nº 3. pp 8-8.

- Tse C.B. Alan. (2001). How much more are consumers willing to pay for a higher level of service? A preliminary Survey. Journal of Services Marketing. Vol. 15 pp. 11-17.

- Tsutsui Michio (2004). Multimedia as a Means to Enhance Feedback. Computer Assisted Language Learning. Vol. 17. pp 377-402.

- Ueltshy G., Laroche M., Eggert A., Bindl U. (2007). Service Quality and Satisfaction: An international Comparison of Professional Services Perceptions. Journal of Services Marketing. Vol. 21. Nº 6. Pp. 410-423.

- Wolsey T. Devere. (2008). Efficacy of Instructor Feedback on Written Work in an Online Program. International JI Journal on E learning. Pp. 311-329.

- Zeithaml V. y Bitner M. (2004). Marketing de Servicios. 2ª Ed. Mc Graw-Hill. México.