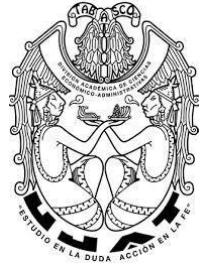




UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

División Académica de Ciencias Económico-Administrativas



Licenciatura en mercadotecnia

Proyecto Final de Mecadotecnia de servicios

5 KLM

Elaborado por:

Thayli Paulina Leon Magaña

Mercadotecnia de servicios

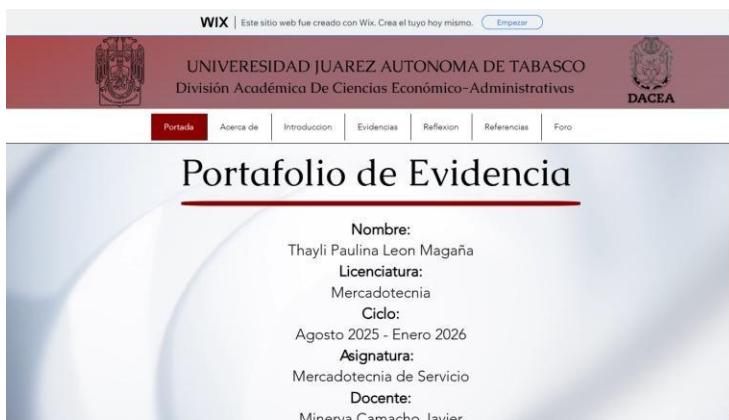
Dra. Minerva Camacho Javier

Villahermosa, Tabasco a 15 de noviembre de 2025

INTRODUCCIÓN

A lo largo de este semestre trabajé en la creación de un portafolio digital en el que reuní las evidencias más significativas de mi aprendizaje. Para desarrollarlo utilicé la plataforma Wix, ya que me brindó la posibilidad de organizar los contenidos de manera clara, visual y accesible, además de integrar elementos multimedia sin dificultad. Este portafolio refleja mi evolución dentro de la asignatura *Mercadotecnia de Servicios* y funcionó como un espacio personal donde pude registrar mi proceso, las actividades realizadas y las reflexiones que surgieron a lo largo del curso.

WIX DE LA ALUMNA: <https://thayli05leon.wixsite.com/ciclos>



The screenshot shows a Wix website for a portfolio. At the top, there's a red header bar with the Wix logo, a message in Spanish, and a 'Empezar' button. Below the header, the university's logo and name 'UNIVERESIDAD JUAREZ AUTONOMA DE TABASCO' are displayed, along with 'División Académica De Ciencias Económico-Administrativas' and 'DACEA'. A navigation menu with links to 'Portada', 'Acerca de', 'Introducción', 'Evidencias', 'Reflexión', 'Referencias', and 'Foro' is visible. The main content area has a light blue background and features a large title 'Portafolio de Evidencia' in bold. Below the title, there are several sections with personal information: 'Nombre: Thayli Paulina Leon Magaña', 'Licenciatura: Mercadotecnia', 'Ciclo: Agosto 2025 - Enero 2026', 'Asignatura: Mercadotecnia de Servicio', and 'Docente: Minerva Camacho, Javier'.

CONCLUSIÓN

La elaboración de este portafolio digital en Wix significó un proceso de aprendizaje profundo que fue más allá de recopilar trabajos. Cada sección que construí me permitió reconocer cómo mis ideas y mi forma de entender la asignatura fueron transformándose a lo largo del curso. Al revisar mi propio avance con mayor atención, pude identificar los conocimientos que fortalecí, las habilidades que desarrollé y los aspectos en los que aún puedo seguir mejorando. Utilizar una plataforma digital también enriqueció la manera en que presenté mis actividades, ya que me permitió organizarlas de forma visual, dinámica y coherente. Ver todo el contenido reunido en un solo espacio me ayudó a valorar el esfuerzo invertido durante el semestre y a comprender con más claridad el crecimiento que logré tanto académica como personalmente. Este portafolio no solo cierra una etapa, sino que también marca un punto de partida para aplicar lo aprendido en futuros proyectos y experiencias.

REFERENCIAS

- Alcaide, J. C., Avilés, J. A., Hernández, R., & Almarza, C. (2019). *Marketing para las empresas de servicios profesionales*. Editorial Pirámide.
- Baso, E. (2022). El marketing del servicio en las instituciones públicas. *Revista Saberes APUDEP*, 5(1), 243–260.
https://revistas.up.ac.pa/index.php/saberes_apudep/article/view/2561
- Bateson, J., & Hoffman, D. (2012). *Marketing de servicios: Conceptos, estrategias y casos* (4.^a ed.). Cengage Learning.
- Grande Esteban, I. (2005). *Marketing de los servicios* (4.^a ed.). ESIC Editorial.
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *El marketing de servicios profesionales* (1.^a ed., 2.^a imp.). Ediciones Paidós Ibérica.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2015). *Marketing de servicios: Personal, tecnología y estrategia* (7.^a ed.). Pearson Educación.
- Marcos Cobra. (2000). *Marketing de servicios: Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación* (2.^a ed.). McGraw-Hill.
- Monroy-Cesena, M. A., Cruz-Chávez, P. R., & Trujillo-Narváez Rivera, W. S. (2024). Mercadotecnia de servicios y satisfacción del huésped en la hotelería: Revisión de literatura. *Ciencias Administrativas: Teoría y Praxis*, 20(2).
<https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2683-14652024000200034>
- Paredes, M. (2018). El marketing de servicios y la evaluación de una empresa de servicios turísticos para la gestión estratégica. *Espirales. Revista Multidisciplinaria de Investigación*, 2(21), 162–177.
<https://doi.org/10.31876/er.v2i21.674>
- Saldaña Espinosa, J., & Cervantes Aldana, J. (2000). Mercadotecnia de servicios. *Contaduría y Administración*, 199, 75–90.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2001). *Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa* (2.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana de España.