



PROYECTO I-MKT. CÓMO LA INNOVACIÓN DESPIERTA LA MOTIVACIÓN (5ª Edición)



Juan Miguel Alcántara-Pilar, M^a Eugenia Rodríguez-López, Álvaro J. Rojas-Lamorena, Tamara Guerrero Gómez

Orígenes



Objetivos



Introducción al Marketing (1ºGADE)
 Dirección Comercial(2ºGADE)
 Investigación de Mercados(4ºGADE)

Metodología

- Aprendizaje activo, basado en juegos, basado en problemas, cooperativo.
- Co-evaluación.
- Gamificación.



Resultados

- El **control y evaluación** se efectúa mediante tres métodos:
- A través de los "vídeos de expectativas" como instrumento de autoevaluación.
 - Cuestionario administrado al alumnado al finalizar.
 - A través de la producción científica resultante.

Repercusión

Congresos internacionales
 Capítulos de libro.
 Premio a mejor ponencia.

