

Valoración de los alumnos de los sistemas de mandos de respuesta en clase

Isabel Buil, M^a Dolores Delso, Blanca Hernández, F. Javier Sese

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

ibuil@unizar.es; delso@unizar.es; bhernand@unizar.es; javisese@unizar.es

ÁSIGNATURA: Introducción al Marketing, impartida en los grados de Marketing e Investigación de Mercados y Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Zaragoza.

OBJETIVO: Mostrar la valoración global que los estudiantes universitarios realizan del empleo de los **Sistemas de Mandos de Respuesta** durante su proceso de aprendizaje.



METODOLOGÍA:

Actividad en **grupos**
de entre 4 y 5
personas

6 tests
(1 por cada
tema)

1 test final
(preguntas de
todos los temas)

Orden de **prelación**
según el grado de
acierto.

Al finalizar el curso,
ceremonia de
premios

VALORACIÓN DE LOS ALUMNOS:

	Media
Facilidad de uso	6,09
Utilidad	6,02
Diversión	6,14
Actitud	6,36
Satisfacción	5,87

(Máximo= 7)

1. UNA CUESTIÓN RELEVANTE A CONSIDERAR PARA FIJAR EL PRECIO DE UN PRODUCTO ES...

- A) ...Vender más barato no es siempre exitoso, incluso puede ser perjudicial para la empresa
- B) ...La relación entre el precio de un producto y su éxito no sigue siempre las mismas reglas
- C) ...El precio no tiene el mismo significado para todos los consumidores
- D) Todas las respuestas anteriores son correctas

AND THE WINNER IS...

MARKETINEROS

1ª competición de mandos de respuesta
PRIMER CLASIFICADO
INTRODUCCIÓN-MARKETING

1ª COMPETICIÓN DE MANDOS DE RESPUESTA
PRIMER CLASIFICADO
INTRODUCCIÓN-MARKETING