

JUEGOS DEL MARKETING: LA HISTORIA DE CÓMO LA INNOVACIÓN DESPERTÓ A LA MOTIVACIÓN

Juan Miguel Alcántara-Pilar, Álvaro J. Rojas-Lamorena, Iván M. Sánchez-Duarte, M^a Eugenia Rodríguez-López

Introducción

Este trabajo se centra en la aplicación y análisis de las consecuencias de la incorporación de metodologías docentes innovadoras en las asignaturas Introducción al Marketing, Dirección Comercial e Investigación de Mercados. El objetivo es determinar la existencia de beneficios asociados a la implementación de actividades docentes innovadoras, así como la valoración de los alumnos de las asignaturas en base a atributos, y como construyen la variable recomendación.

Metodología

Una vez finalizado el periodo de docencia, se ha distribuido un cuestionario entre el alumnado (Tabla 1).

La muestra de esta investigación se compone por 58 alumnos del Grado de Administración y Dirección de Empresas. Un total de 23 hombres (39,65%) y de 35 mujeres (60,35%).

Resultados y discusión

Se realizó un análisis factorial exploratorio (Tabla 2), seleccionando aquellos que presentan una carga factorial superior a 0.5 en términos absolutos (Luque, 2000).

Tabla 1. Ítems del cuestionario

Constructo	Ítems		
Asociación Características (Bagozzi y Dholakai, 2006; Hornikx et al., 2007).	Tras haber participado en el PID, la describiría como una actividad...		
	Seria	Simple	Agradable
	Atractiva	Moderna	De calidad
	Aburrida	Técnica	Motivadora
	Sencilla	Emocional	Útil
	Innovadora	Con pasión	Interesante
	Generadora de confianza	Divertida	
Word of Mouth (Zeithaml et al., 1996)	Después de haber participado en el PID...		
	(WOM1) Contaré aspectos positivos a otras personas sobre la asignatura que he cursado.		
	(WOM2) Recomendaré la asignatura a todo aquel que me pida consejo.		
	(WOM3) Animaré a participar en las actividades desarrolladas en la asignatura.		

Tabla 2. Tabla de cargas factoriales del Análisis Factorial Exploratorio

Características	Factores			
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
1. Serio	-0,036225	-0,233268	0,357690	0,779999
2. Aburrido	0,434043	0,265872	-0,137135	0,673194
3. Atractiva	-0,634996	-0,154259	0,510350	0,097366
4. Sencilla	0,052297	0,103302	0,717575	0,035708
5. Innovadora	0,718852	0,101997	-0,000608	0,035708
6. Generadora de confianza	0,823570	0,174051	0,084376	0,028990
7. Simple	0,006069	0,106409	0,850550	0,070277
8. Moderna	0,902060	0,048028	0,113041	-0,004688
9. Técnica	0,684897	-0,050442	0,420702	-0,044754
10. Emocional	0,690637	0,223260	-0,198632	-0,163078
11. Con Pasión	0,635811	0,314920	-0,171972	0,257537
12. Divertida	0,672757	0,361722	-0,156004	0,400181
13. Agradable	0,565998	0,580133	0,099406	0,245282
14. de Calidad	0,631225	0,253248	0,071275	0,300483
15. Motivadora	0,156917	0,881903	0,074692	-0,107062
16. Útil	0,175792	0,780688	0,052954	-0,003231
17. Interesante	0,105411	0,764684	0,038835	0,081330

Tabla 3. Estimación del modelo de regresión

	Coefficiente	t - valor	p - valor
Factor 1: Atractoras	0,12	2,10	**
Factor 2: Utilitarias	0,58	4,76	***
Factor 3: Neutras	-0,16	-1,20	n.s.
Factor 4: Negativas	0,18	1,05	n.s.
R ² Ajustado=0,42			
Estadístico F: 11,346			

Notas:

|Recomendación de la asignatura es la variable dependiente
n.s.: No significativo; **: p<0,05; ***: p<0,01

La tabla 3 muestra los resultados del análisis de regresión. La variable Recomendación de la Asignatura está influenciada positivamente por el factor 1 y 2, como son las características atractoras y las utilitarias, siendo la influencia de este segundo factor muy superior al del primero. Los otros dos factores, el 3 y el 4, no influyen significativamente en la construcción de la recomendación, aunque cabe destacar como el factor 3, que son elementos neutros (sencillo – simple), tiene un coeficiente negativo a la hora de influir en la variable dependiente.

Organizan

DESQBRE FUNDACION

CSIC

UNIVERSIDAD DE GRANADA

UNIVERSIDAD DE GRANADA

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

UNIVERSIDAD DE HUELVA

UNIVERSIDAD DE JAÉN

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

INCEMA Real Jardín Botánico de Córdoba

JUNTA DE ANDALUCÍA

Fundación Progreso y Salud CONSEJERÍA DE SALUD

Financian

JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

European Researchers' Night
ESPAÑA

EUROPEAN RESEARCHERS' NIGHT
ESPAÑA

ANDALUCÍA - Aragón - Asturias - Cantabria - Castilla-La Mancha - Cataluña - Galicia - Madrid - Murcia - Navarra - País Vasco - Valencia - Canarias - Baleares - Ceuta - Melilla
www.lanochedaosinvestigadoras.es