

ESTRATEGIAS MARKETING EDUCATIVO PARA EQUIPOS DIRECTIVOS PARTE I



Área: General
Modalidad: Presencial
Duración: 4 h
Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

- Aportar una visión práctica sobre cómo gestionar de forma profesional y con una orientación al Marketing las diferentes herramientas disponibles para la gestión de centros educativos.
- Aportar los conocimientos globales, mediante el desarrollo de todos los elementos que intervienen en la elaboración del Plan de Marketing.
- Establecer los Puntos de partida para la elaboración del Plan de Marketing.
- Marcar las fases efectivas de captación de clientes.
- Conocer la importancia de la organización comercial del centro educativo.
- Establecer los puntos de partida para la captación de nuevos clientes y el incremento de la satisfacción de los clientes actuales y transmitir los cambios en el equipo del centro.
- Plantear una reflexión sobre las principales acciones de atención al cliente.
- Las Estrategias de Marketing en RR.SS

CONTENIDOS

- 1.- INTRODUCCIÓN:
 - Introducción al Marketing y su evolución
 - Fundamentos del marketing - Marketing Mix en el sector educativo
 - Análisis de la evolución del mercado y cliente; Tendencias y reflexiones del cambio. Realidad sociocultural y demográfica actual
 - Gestión de la información externa e interna y generación de bases de datos de marketing
- 2.- EL PLAN DE MARKETING EDUCATIVO.
 - ¿En qué consiste el Marketing Educativo?
 - Estructura del plan de Marketing Educativo.
 - Análisis de la situación. Competencia Clientes. Empresa, Entorno
 - Análisis del mercado objetivo.
 - Problemas y oportunidades.
 - Objetivos y metas.
 - Desarrollo de la estrategia de Marketing.
 - Desarrollo de las tácticas de Marketing.
 - Presupuesto y planes de contingencia
 - Estrategias de control del plan
- 3.- LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS APLICADA AL SECTOR EDUCATIVO.
 - Principios de la Investigación de mercados - Estructura y fases de la investigación
 - La investigación comercial en el sector educativo:
 - Los estudios Internos: Clima Laboral y satisfacción Interna
 - Los estudios externos: Satisfacción, entorno y competencia



□Mystery Shopper. Estructura y factores de éxito de su elaboración. ANALISIS DE CASOS REALES