

## ESTRATEGIAS DE MARKETING EDUCATIVO PARA EQUIPOS DIRECTIVOS Parte II



**Área:** General  
**Modalidad:** Presencial  
**Duración:** 6 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

- 4.- LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CENTRO EDUCATIVO.
  - Branding y estrategia de marca en los centros educativos.
  - Claves creativas y estratégicas del branding.
  - Identidad visual y audiovisual; Arquitectura y tipología de marcas.
  - Posicionamiento y reposicionamiento de marca.
  - Señalética.
- 5- PUBLICIDAD DE CENTROS EDUCATIVOS.
  - Reglas para una comunicación efectiva
  - Marketing Directo.
  - Otros medios utilizados en el marketing educativo.