ESTRATEGIAS DE MARKETING EDUCATIVO PARA EQUIPOS DIRECTIVOS

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

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

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.