

## ESTRATEGIAS DE MARKETING EDUCATIVO PARA EQUIPOS DIRECTIVOS



**Área:** General  
**Modalidad:** Presencial  
**Duración:** 12 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

# BY URBIOLA

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