

## ESTRATEGIAS DE MARKETING EDUCATIVO PARA EQUIPOS DIRECTIVOS Parte I



**Área:** General  
**Modalidad:** Presencial  
**Duración:** 6 h  
**Precio:** Consultar

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

### OBJETIVOS

- Ø 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.
- Ø Aportar los conocimientos globales, mediante el desarrollo de todos los elementos que intervienen en la elaboración del Plan de Marketing.
- Ø Establecer los Puntos de partida para la elaboración del Plan de Marketing.
- Ø Marcar las fases efectivas de captación de clientes.
- Ø Conocer la importancia de la organización comercial del centro educativo.
- Ø 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.
- Ø Plantear una reflexión sobre las principales acciones de atención al cliente.
- Ø Las Estrategias de Marketing en RR.SS

### CONTENIDOS

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

# BY URBIOLA

- Ø Los estudios Internos: Clima Laboral y satisfacción Interna
- Ø Los estudios externos: Satisfacción, entorno y competencia
- Ø Mystery Shopper. Estructura y factores de éxito de su elaboración. ANALISIS DE CASOS REALES