

ESTRATEGIAS DE MARKETING EDUCATIVO PARA EQUIPOS DIRECTIVOS Parte II



Área: General
Modalidad: Presencial
Duración: 5 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

- 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 estrategias 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.