

## ESTRATEGIAS DE MARKETING EDUCATIVO PARA EQUIPOS DIRECTIVOS



**Área:** General  
**Modalidad:** Presencial  
**Duración:** 7 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.