

ESTRATEGIAS DE MARKETING EDUCATIVO PARA EQUIPOS DIRECTIVOS parte II



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

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.

BY URBIOLA

Reglas para una comunicación efectiva

Marketing Directo.

Otros medios utilizados en el marketing educativo.