

## ESTRATEGIAS DE MARKETING EDUCATIVO PARA EQUIPOS DIRECTIVOS



**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

#### .- 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

□

□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.