



Marketing para Centros Educativos

Código: 501811

Duración: 20.00 horas

Descripción

El Curso de Marketing para Centros Educativos te permitirá adquirir los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para gestionar con éxito las estrategias de marketing y comunicación educativo.

Aprenderás a desarrollar estrategias eficaces para fidelizar y atraer nuevos alumnos y desarrollar un plan de marketing acorde al entorno actual de mercado.

Objetivos

- Aprender a desarrollar las estrategias de comunicación y marketing en centros de educación.
- Conocer las herramientas del marketing online que mejor se adaptan a un centro educativo.
- Gestionar la reputación de un centro educativo.
- Establecer los perfiles de alumnos deseados para desarrollar las estrategias más exitosas.
- Aprender a utilizar de forma práctica las diversas redes sociales con temas educativos.

Marketing para Centros Educativos

UNIDAD.- Marketing Educativo

- Marketing de Centros Educativos
- Marketing educativo
- Qué es el marketing. Tipos de marketing
- Producto VS Servicio
- La demanda del mercado
- Estrategias de marketing
- Estrategias de productos-mercados
- Diseñar una estrategia de marketing
- El plan de marketing
- Elaboración de un plan de marketing
- Diagnóstico de la empresa
- DAFO

UNIDAD.- Segmentación de Mercados

- Mercado Meta
- Segmentación de Mercado
- Tipos de Segmentación
- Segmentación Diferenciada, no Diferenciada y Concentrada
- Pasos para realizar una segmentación de mercado
- Errores que debemos evitar al segmentar
- Ejemplos de segmentación de mercado

UNIDAD.- El marketing mix para los centros educativos

- El Producto
- Qué compran los estudiantes
- Diseño del Producto Educativo
- Política de precios
- Criterios de fijación de los precios
- El precio de los productos educativos
- Estrategias de distribución
- Mezcla de la comunicación de la oferta educativa
- Promoción y comunicación
- Mezcla promocional
- La Promoción de la Oferta Educativa
- La marca
- Construir una marca

- El posicionamiento de la marca
- Cómo construir el posicionamiento

UNIDAD.- Estrategias comerciales de captación y fidelización de alumnos

- Captación de Alumnos - Fijación de objetivos
- Estrategias de Captación de Alumnos
- Fidelización del Personal Interno

UNIDAD.- El plan de comunicación de un centro educativo

- La estrategia de comunicación
- La comunicación como herramienta estratégica
- Diseño de la estrategia de comunicación del centro
- La comunicación como herramienta preventiva ante situaciones de crisis
- Cualidades que debe poseer el responsable de comunicación de crisis
- Sistemas de comunicación interna
- Líneas de comunicación interna
- Sistemas de comunicación externa
- Claves de la comunicación de un centro educativo
- La comunicación interna y externa en los centros educativos
- La revista digital de un centro educativo
- Objetivos de la revista digital de un centro educativo
- Alimentación de la revista digital de un centro educativo
- Algunas claves del éxito de la revista digital de un centro educativo

UNIDAD.- El plan de marketing digital para captar alumnos

- Estrategias más usadas en marketing digital
- Marketing educativo: Enseñar para vender
- Vender educación a través de Internet
- Etapas a definir en el Plan de Marketing Digital
- 10 pasos para crear un plan de marketing viable
- Plan de marketing en las redes sociales
- La Web Vendedora
- Diseño y puesta en marcha del Sitio Web
- Qué elementos no pueden faltar en una web
- Usabilidad: Confianza
- Usabilidad: Persuasión
- Cómo mejorar la apariencia de tu sitio

UNIDAD.- Marketing de buscadores

- Qué es marketing de buscadores
- Cómo funciona el marketing de buscadores
- Cómo funciona un buscador

- El proceso de indexación
- Cómo funciona un buscador: palabras o expresiones clave
- Búsqueda de imágenes
- Búsqueda Orgánica o SEO
- SEO: popularidad de la página
- SEO para Marketing de la educación superior
- El proceso de marketing SEO
- White hat SEO y Black hat SEO
- Link Building, Long Tail & Stemming
- Cómo funciona el algoritmo de Google
- Tráfico y Resultados de búsqueda
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Resultados de búsqueda
- La organización interna del sitio y de las páginas
- Páginas estáticas vs páginas dinámicas
- Creando mapas de sitio
- Concepto de densidad de sitio e indexación de bases de datos
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Concepto de densidad de sitio e indexación de bases de datos
- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web
- Normas de calidad de contenido de Google
- Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles
- Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis
- Densidad de página y densidad de keyword
- La importancia de los enlaces entrantes
- Enlaces internos
- Por qué conviene crear una buena estructura de links internos
- Dónde añadir enlaces internos
- Errores que pueden empeorar el SEO de tu sitio web o blog
- SEM y Google Adwords
- Ventajas y desventajas del SEM
- Cómo funciona el SEM
- Google Adwords
- ¿Cómo funciona AdWords?
- Google Adwords para centros de formación
- ¿Cómo determina Google qué anuncios mostrar?
- ¿Cuál es el presupuesto mínimo para hacer publicidad online en Google?
- ¿Cuánto cobrará Google Adwords?
- Crea una campaña con Google AdWords
- Campaña en red de búsqueda
- Campaña en red de display
- Campaña en shopping
- Campaña en vídeo
- Campaña de aplicaciones
- Compra de palabras clave y SEM
- Posicionamiento publicitario y pago por click
- Selección de palabras clave
- Los leads

- La Correcta Gestión de los Cupones

UNIDAD.- Comunidades virtuales y el Community Manager

- Las Comunidades Virtuales
- Los principios de una educación 2.0
- Beneficios de las Comunidades Virtuales
- Perfiles de usuarios en una comunidad virtual
- Definición de Community Manager
- Habilidades y Actitudes del Community Manager
- Tareas del Community Manager
- Funciones Específicas del community manager
- Medir la Actividad de mi Red Social

UNIDAD.- Redes Sociales como herramienta de marketing

- Herramientas de la web 2.0
- Redes sociales en educación
- Uso educativo de las redes sociales
- Marketing en Redes Sociales
- Tipos de Redes Sociales
- La publicidad en las Redes Sociales. Dónde, cómo y para qué
- Facebook
- Edufacebook
- Cómo optimizar el perfil de Facebook de una empresa
- Cómo hacer publicidad en Facebook
- 3 objetivos que te ofrece Facebook para anunciar tu negocio o marca
- Cuánto quieres pagar por tu anuncio
- Dónde aparecerá tu anuncio de Facebook
- Cómo conseguir que Facebook te apruebe un anuncio
- Cómo aumentar la cantidad de seguidores en tu Página de Facebook
- Nuestra Personalidad en Facebook
- Aumentar la participación de nuestros seguidores
- Crear contenido para Facebook
- Facebook Marketplace ¿Qué es?
- Twitter
- Ventajas y desventajas en el uso de Twitter en la educación
- Pasos para abrir una cuenta de Twitter
- Cómo utilizar Twitter
- Definir la estrategia a seguir en Twitter
- Consejos para mejorar la presencia de nuestra empresa en Twitter
- Qué acciones podemos llevar a cabo en Twitter
- 4 tipos de estrategias que funcionan en Twitter
- Twitter Ads
- Cómo lograr que los twitteros reenvíen nuestros tweets
- Hashtags

- Herramientas para automatizar y programar publicaciones
- Interactuar en Twitter y en Facebook
- Formas de expresar al máximo Twitter
- Buenas prácticas de uso de Twitter
- YouTube
- Cómo crear un Canal de Empresa en YouTube
- Cómo gestionar un canal
- Cómo posicionar los videos
- Cómo publicitar un vídeo de YouTube
- 10 cosas a tener muy en cuenta para que tu canal obtenga visionados
- Consejos clave para triunfar en YouTube

UNIDAD.- Mobile Marketing y Email Marketing

- Marketing Móvil
- Ventajas del marketing móvil
- Marketing de móviles para los centros de formación
- 10 consejos para una estrategia de marketing móvil
- SMS Marketing - Qué es y cuáles son sus principales ventajas
- Utilización de SMS por los centros de formación
- Uso de SMS en la educación
- SMS Marketing Educativo
- Email-Marketing
- Construcción de una base de datos propia
- Utilidad del Email marketing en educación y centros de formación
- Recomendaciones del Email marketing en educación
- Cómo optimizar la web para ganar suscriptores
- 3 fases a tener en cuenta y qué contenidos enviar en cada una de ellas
- Cómo escribir asuntos que generen apertura del email
- Trucos para mailing
- Cómo diseñar una estrategia de email marketing que arroje resultados reales
- Cómo realizar envíos de e-mail
- Cómo vender con email marketing