



## Curso Online de **Marketing Educativo 2.0**

*Estrategias de marketing digital, posicionamiento en buscadores y acciones en redes sociales para la captación de alumnos.*



**[e]**  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*



Tel. 900 670 400 - [attcliente@iniciativasempresariales.com](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.com)  
[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



WEBSITE DESIGN  
MARKETING STRATEGY  
OFFLINE INTEGRATION

## Presentación

En la actualidad, ningún centro educativo puede asegurar su continuidad si no es capaz de incorporar nuevos alumnos a su proyecto y si no garantiza la calidad de la educación que imparte. Para poder competir es preciso comunicar las características de nuestro centro y hacerlo mejor que la competencia, es importante lograr distinguirnos de las comunicaciones que aparecen ofertando los mismos servicios educativos. Y todo ello dentro de una rentabilidad lógica.

La era digital obliga a nuestros centros educativos a utilizar las más modernas herramientas de Internet para la captación de alumnos, de esta manera el posicionamiento en buscadores con campañas de SEO y SEM, la presencia en redes sociales y disponer de una estrategia definida de marketing 2.0 serán claves para nuestra comunicación. Si es visualizada claramente en la red lograremos que la marca y el servicio educativo del centro sean conocidos e identificados; utilizando los medios digitales que dan más resultado en el momento actual conseguiremos que nuestro centro sea visto como un centro sólido y atractivo.

Este curso está concebido para que, de una manera fácil y práctica, pueda analizar y utilizar las técnicas y herramientas 2.0 existentes y aplicables al marketing educativo y los resultados que se pueden obtener de la aplicación de las mismas.

## La Formación E-learning

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

*Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

*Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

*Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.



## MARKETING STRATEGY

OFFLINE INTEGRATION

## Objetivos del curso:

---

- Realizar un Plan de Marketing en Internet para un centro educativo.
- Conocer las herramientas del marketing online que mejor se adaptan a un centro educativo y que pueden proporcionarle los mejores resultados.
- Cuáles son los pasos para un plan de comunicación online.
- Establecer los perfiles de alumnos deseados en Internet para desarrollar las estrategias más exitosas.
- Saber gestionar la reputación online de un centro educativo.
- Saber planificar un plan de medios 2.0 en un centro educativo.
- Analizar la estructura de una web educativa para obtener los mejores resultados.
- Desarrollar y ejecutar una estrategia de e-marketing que le permita promocionar su web haciendo uso de las herramientas más eficaces.
- Cuál es el factor de posicionamiento de imágenes y videos.
- Cómo determinar cuáles son las mejores redes sociales para nuestros comunicados.
- Saber utilizar de forma práctica las diversas redes sociales con temas educativos.
- Cómo desarrollar una plataforma Youtube para la difusión del centro en base a sus contenidos.

“ Conozca y domine las técnicas más eficaces de captación de alumnos en Internet”

## Dirigido a:

---

Directores de Centros de Enseñanza, Responsables de Captación de Alumnos en Centros Educativos, Profesores, y, en general, a cualquier persona vinculada al mundo de la enseñanza e interesada en conocer técnicas y estrategias para captar nuevos alumnos en Internet y dotar a su centro de calidad y prestigio.



# MARKETING STRATEGY

OFFLINE INTEGRATION

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 horas lectivas 100% online distribuidas en 4 partes:

**Plan de Marketing en Internet** para centros de formación de 15 horas.

**Nuevas estrategias comerciales** para la captación y fidelización de alumnos de 15 horas.

**Marketing y posicionamiento** en buscadores para centros de formación de 15 horas.

**Redes sociales y marketing 2.0** en la gestión comercial de los centros de formación de 15 horas.

El contenido teórico del curso está compuesto por videos explicativos elaborados por profesionales en activo expertos en la materia. Asimismo, cada una de las unidades del curso dispone de ejercicios prácticos, simulaciones y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.



# MARKETING STRATEGY

OFFLINE  
INTEGRATION

## Contenido del Curso

### PARTE 1. PLAN DE MARKETING EN INTERNET PARA CENTROS DE FORMACIÓN

15 horas

La primera parte de este curso aborda de forma específica los distintos aspectos relacionados con la realización de un Plan de Marketing en Internet para centros de formación, desde los estudios previos de la situación del producto o servicio en el mercado hasta la presentación del Plan de Marketing.

Al finalizar esta parte conoceremos las principales características del marketing online para tomar las decisiones más adecuadas en cada momento, así como los conceptos, estrategias y herramientas fundamentales para desarrollar y ampliar su negocio como centro de formación.

### MÓDULO 1. Conceptos de Marketing

4 horas

- 1.1. Diseño del producto educativo.
- 1.2. Fundamentos del marketing.
- 1.3. Marketing Mix.
- 1.4. Posicionamiento.
- 1.5. Ciclo de vida del producto.
- 1.6. Tipos de precios.
- 1.7. Política de precios.
- 1.8. Investigación de mercado.
- 1.9. Plan de Marketing.
- 1.10. Diez pasos para crear un Plan de Marketing viable.
- 1.11. Marketing Educativo.
- 1.12. Qué compran los estudiantes.
- 1.13. El precio de los productos educativos.
- 1.14. Captación eficiente de matriculaciones.



## MARKETING STRATEGY

OFFLINE INTEGRATION

## MÓDULO 2. Marketing online, CRM y técnicas de fidelización

4 horas

- 2.1. Opciones para mejorar nuestro mensaje de correo.
- 2.2. Posibilidades del marketing online.
- 2.3. Principales herramientas para potenciar el marketing online.
- 2.4. Principales objetivos del marketing online.
- 2.5. *Blended Marketing*.
- 2.6. El Plan de E-marketing.
- 2.7. Determinación de precios en comercio electrónico.
- 2.8. Cobranding y publicidad en Internet.
- 2.9. Marketing Relacional y CRM.
- 2.10. Técnicas de fidelización online.
- 2.11. *Webmining*.
- 2.12. Medición de audiencias online.
- 2.13. Vender educación a través de Internet.
- 2.14. Marketing Educativo: enseñar para vender.

## MÓDULO 3. Plan de comunicación online

3 horas

- 3.1. Imagen de marca en los centros educativos.
- 3.2. Etapa 1: identificar el público objetivo.
- 3.3. Etapa 2: identificar palabras clave.
- 3.4. Etapa 3: publicar contenidos.
- 3.5. Etapa 4: potenciar vínculos.
- 3.6. Etapa 5: medir resultados.
- 3.7. Elaboración de planes óptimos.
- 3.8. La gestión de la reputación online y e-branding.
- 3.9. *Publicity*.



# MARKETING STRATEGY

OFFLINE INTEGRATION

## MÓDULO 4. Herramientas del marketing online

4 horas

- 4.1. La web vendedora.
- 4.2. Cómo hacer una campaña publicitaria online.
- 4.3. Otras modalidades de promoción online.
- 4.4. Campañas de video marketing.
- 4.5. E-mail marketing.
- 4.6. Personalización de la oferta.
- 4.7. *Permission marketing*.
- 4.8. Marketing viral.
- 4.9. Marketing de afiliación.
- 4.10. Qué es el Trade Marketing.
- 4.11. Indicadores clave de desempeño (KPI).

## PARTE 2. NUEVAS ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LA CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE ALUMNOS

15 horas

Es importante conocer los factores diferenciales para la captación de alumnos en los centros educativos y qué herramientas, recursos y medios comerciales son los más eficaces para lograr captar y fidelizar alumnos.

En esta segunda parte del curso nos adentraremos en las características del nuevo marketing educativo que permite compaginar los canales tradicionales con el e-mail, redes sociales, etc., convirtiendo la creatividad en innovación rentable aplicada a la captación y fidelización de alumnos.

## MÓDULO 1. SMO (Social Media Optimization)

5 horas

- 1.1. Captación de alumnos. Fijación de objetivos.
- 1.2. El origen de los medios sociales.
- 1.3. Tipos de medios sociales.
- 1.4. Marketing en los medios sociales.
- 1.5. El Plan de Medios Sociales.
- 1.6. Estrategias de Social Media.



## MARKETING STRATEGY

OFFLINE INTEGRATION

- 1.7. Campañas en Medios Sociales.
- 1.8. Objetivos generales de una campaña en redes sociales.
- 1.9. El *crowdsourcing*.
- 1.10. Medición de resultados de un Social Media Plan.
- 1.11. Analítica social y estrategia
- 1.12. IOR (Impact of Relationship).
- 1.13. *Leads*.
- 1.14. Claves para cualificar un *lead*.
- 1.15. Conseguir contactos y BBDD para campañas de email marketing y SMS marketing.

## MÓDULO 2. Segmentación del mercado. El mercado objetivo

5 horas

- 2.1. Cómo atraer y captar nuevos alumnos.
- 2.2. Mercados y segmentos.
- 2.3. Influyentes en el consumidor.
- 2.4. Motivación.
- 2.5. Segmentación del mercado.
- 2.6. Tipos de segmentación.
- 2.7. Mercado meta.
- 2.8. La promoción de la oferta educativa.
- 2.9. Mezcla de la comunicación de la oferta educativa.

## MÓDULO 3. Planificación de medios

5 horas

- 3.1. Imagen e identidad.
- 3.2. Promoción y comunicación mix.
- 3.3. Plan de comunicación.
- 3.4. La marca.





## MARKETING STRATEGY

OFFLINE INTEGRATION

- 3.5. Características de la marca.
- 3.6. Publicidad.
- 3.7. La Relaciones Públicas.
- 3.8. Marketing de móviles para los centros de formación.
- 3.9. Uso de SMS en la educación.
- 3.10. SMS Marketing Educativo.
- 3.11. Utilidad del e-mail marketing en educación y centros de formación.
- 3.12. Recomendaciones.
- 3.13. La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing.

## PARTE 3. MARKETING Y POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES PARA CENTROS DE FORMACIÓN

15 horas

En esta parte del curso aprenderemos a aplicar los más recientes métodos existentes para promocionar la web de un centro de formación en Internet y conseguir el mejor posicionamiento en Google y su red compuesta por portales, blogs y otros.

## MÓDULO 1. SEO

8 horas

- 1.1. SEO para marketing de la educación superior.
- 1.2. El proceso de marketing SEO.
- 1.3. Cómo funciona el marketing de buscadores.
- 1.4. Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario.
- 1.5. Búsqueda orgánica o SEO.
- 1.6. Cómo funciona el algoritmo de Google.
- 1.7. Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google.
- 1.8. Relevancia del contenido.
- 1.9. Técnica para conseguir el enlazado.
- 1.10. Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles.



## MARKETING STRATEGY

OFFLINE INTEGRATION

### MÓDULO 2. SEM

7 horas

- 2.1. Cómo funciona SEM.
- 2.2. SEM y Google Adwords.
- 2.3. Compra de palabras clave y SEM.
- 2.4. Publicidad basada en resultados.
- 2.5. Herramientas de monitorización SERP.
- 2.6. Google Trends.
- 2.7. Informes de Google.
- 2.8. Google Analytics.
- 2.9. Medir y analizar resultados.
- 2.10. Por qué utilizar Google Analytics para la promoción de la educación.
- 2.11. Cómo usar las herramientas Google para la educación.

### PARTE 4. REDES SOCIALES Y MARKETING 2.0 EN LA GESTIÓN COMERCIAL DE LOS CENTROS DE FORMACIÓN

15 horas

Las Redes Sociales son una poderosa herramienta que los centros de formación pueden utilizar para innovar en sus estrategias de marketing y llegar con más facilidad a un mayor número de personas.

Este módulo facilita los conocimientos necesarios para la correcta utilización de las principales redes sociales así como las técnicas existentes para la consecución del éxito en la gestión de las mismas como herramienta de marketing y promoción de los centros de formación.

### MÓDULO 1. Redes sociales como herramienta de marketing

5 horas

- 1.1. Social Media: explicación gráfica.
- 1.2. Redes sociales y marketing educativo.
- 1.3. Marketing en las redes sociales para centros de formación.
- 1.4. Tipos de redes sociales.



## MARKETING STRATEGY

OFFLINE INTEGRATION

- 1.5. Por qué hacer marketing en las redes sociales.
- 1.6. El marketing viral y las redes sociales.
- 1.7. La publicidad en las redes sociales.
- 1.8. Facebook.
- 1.9. Tuenti.
- 1.10. Twitter.
- 1.11. Youtube.
- 1.12. MySpace.
- 1.13. Redes sociales profesionales en España.
- 1.14. LinkedIn.
- 1.15. Flickr.
- 1.16. Otras redes sociales importantes.
- 1.17. Aplicaciones para la gestión de redes sociales.
- 1.18. Geolocalización en las redes sociales.

## MÓDULO 2. Los blogs como herramientas de marketing y formación

5 horas

- 2.1. Los blogs como herramienta de marketing.
- 2.2. Mis primeros pasos con el blog.
- 2.3. Los factores de éxito en los blogs.
- 2.4. Microblogging.
- 2.5. Relaciona conceptos.
- 2.6. Yammer y las Wikis.
- 2.7. Utilización de los blogs en los centros de formación.
- 2.8. Crear un blog eficiente de alumnos.
- 2.9. Uso de blogs en el aula.



MARKETING  
STRATEGY

OFFLINE  
INTEGRATION

## MÓDULO 3. Sindicación de contenidos y podcasting

5 horas

- 3.1. Por qué y cómo usar RSS.
- 3.2. Qué tipo de contenidos puede ofrecernos el RSS.
- 3.3. Cómo reunir los Feeds RSS.
- 3.4. PodCasting.
- 3.5. Radar de noticias personales.
- 3.6. Lifestreaming.
- 3.7. Crear nuestro propio Feed RSS.
- 3.8. Directorios RSS.



## MARKETING STRATEGY

OFFLINE INTEGRATION

## Consultor del curso



### Joel Fernández

Licenciado en Economía, cuenta con amplia experiencia en el departamento de marketing de diferentes empresas en la elaboración, planificación, ejecución y control de campañas de marketing online y offline.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

