Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Marketing Educativo
Curso 2022/2023

Asignatura

Nombre Asignatura	Marketing Educativo
Código	200000574
Créditos ECTS	2.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Máster Universitario en Dirección de Centros Educativos (Plan 2021)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	1

Profesores

Nombre	José María Martínez Priego

Universidad Villanueva

Datos Generales

CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

OBJETIVOS TEÓRICOS

Entender cómo se diseña el Funnel de Ventas de un centro educativo.
Conocer las claves para definir a los Buyer Persona de un centro educativo.
Crear un Forecast como herramienta fundamental para definir el plan comercial.
Conocer los aspectos clave de todos los canales que componen un plan de marketing de un centro educativo.
Identificar las tecnologías más importantes para poder gestionar adecuadamente los procesos de marketing de un centro educativo.

OBJETIVOS PRÁCTICOS

Elaborar fichas de Buyer Persona
Diseñar un plan de marketing educativo basado en objetivos, canales y acciones.
Diseñar la experiencia de una familia potencial a través del Customer Journey.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Básicas y generales:
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin

ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CG1 - Desarrollar el potencial de liderazgo configurándose como una referencia atractiva para los demás, por visión interior, su capacidad de comunicarla y su prestigio y autoridad moral para mantenerla.
CG2 - Tomar decisiones en contextos complejos y en situaciones de dificultad, basadas en las necesidades de la comunidad educativa, la realidad del contexto y los objetivos de la institución, teniendo en cuenta los costes y beneficios relativos de las acciones posibles para elegir la más adecuada.
CG7 - Seleccionar, utilizar y evaluar los procedimientos de comunicación interna y externa de una institución educativa.
Transversales:
CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.
CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.
CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.
CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.
CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

Específicas:
CE6 - Gobernar un equipo estableciendo normas y objetivos de forma operativa, mostrando capacidad de comunicación y liderazgo, tanto interno como hacia el exterior, para alcanzar los propósitos.
CE7 - Comunicarse y trabajar en equipo con los padres y el personal del centro desde puestos de responsabilidad y dirección en el centro.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

La difusión y comercialización de servicios educativos
Canales de venta y redes de venta
El posicionamiento en redes sociales
La promoción: uso CRM y las entrevistas de admisión

El poder de la prescripción
La integración del centro educativo en su entorno

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades formativas	Horas/ECTS	% presencialidad
Clase magistral	4	100
Clase práctica	4	100
Trabajos	7	10
Tutorías	1	100
Estudio independiente del alumno	23	0
Pruebas evaluación	1	100
Clases grabadas y píldoras formativas en campus virtual	2	5
Resolución de casos en campus virtual	4	5
Foros en campus virtual	4	5
	50	

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CRITERIOS EVALUACIÓN
Asistencia y participación 25%
Evaluación trabajos 75%

Los alumnos de convocatoria extraordinaria y alumnos repetidores deberán repetir los trabajos utilizando otro centro educativo como referencia. Los criterios de evaluación serán los mismos que en la convocatoria ordinaria pero con una valoración del 0% al 100%

*NO PRESENTADO: la calificación de “no presentado” no consume convocatoria. En cualquier caso, cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la guía docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerar como no presentada su asignatura.

TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA
La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, se adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso a la Universidad (EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a calidad de la expresión oral y, en particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación.
Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva, para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación.
Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos
Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Seth Godin (2019) Esto es marketing: No uses el marketing para solucionar los problemas de tu empresa: úsalo para solucionar los problemas de tus clientes Planeta.
Seth Godin (2011) La vaca púrpura: Diferénciate para transformar tu negocio. Booket.
Philip Kotler, Milton Kotler (2014) 8 maneras de crecer: Estrategias de Marketing Para Desarrollar Tu Negocio. Acción empresarial.
Neil Revilla (2016) MARKETING DE CONTENIDOS El arte de crear el público para tu producto o servicio. Bubok Publishing.
Seth Godin (2018) Tribus: Necesitamos que TÚ nos lideres. Booket.
Eric Ries (2013) El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Deusto.
Iñaki Gorostiza Esquerdeiro y Asier Barainca Fontao (2020) Data Analytics. Mide y Vencerás. Anaya

multimedia.
Clara Ávila (2020) Estrategias y marketing de contenidos. Anaya multimedia.
Fernando Maciá. (2020) SEO Avanzado. Casi todo lo que sé sobre posicionamiento web. Anaya multimedia.
Miguel Ángel Florido (2021) Curso Especialista en publicidad digital y embudos de venta. Anaya Multimedia.

HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

Información disponible en el campus virtual del alumno.

PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Esta guía docente se ha realizado de acuerdo a la Memoria Verificada de la titulación.