

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

Datos Generales

➤ PROFESORADO

Chema Martinez-Priego

➤ 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 / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Habilidades:

H16- Gestionar los aspectos relevantes de la gestión de las redes sociales de un centro educativo.

H17- Incorporar prácticas de comercialización específicas para centros educativos.

H27 - Seleccionar, utilizar y evaluar los procedimientos de comunicación interna y externa de una institución educativa.

Competencias:

C1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la dirección de un centro educativo.

C3 - 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.

C7 - 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.

C8 - Trabajar en equipo, fomentado el intercambio de ideas y buenas prácticas, compartiendo el conocimiento y generando nuevas metas y modelos de trabajo colaborativo que capaciten a la propia institución para dirigir el cambio.

C12 - 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	3	0
Clase práctica	3	100

Trabajos	7	0
Tutorías	1	0
Estudio independiente del alumno	27	0
Pruebas evaluación	1	100
Clases grabadas y píldoras formativas en campus virtual	2	0
SCORM	3	0
Resolución de casos en campus virtual	1	100
Foros en campus virtual	2	0
Total	50	

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

La calificación final en la CONVOCATORIA ORDINARIA se obtendrá según los siguientes porcentajes:

Asistencia y participación 20%

Elaboración de trabajos: 30%

Pruebas de evaluación: 50%

La calificación final en la CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA se obtendrá según los siguientes porcentajes:

Asistencia y participación 20%

Elaboración de trabajos: 30%

Pruebas de evaluación: 50%

Alumnos repetidores: se evaluarán siguiendo los siguientes porcentajes

Evaluación de trabajos: 50%

Pruebas evaluación: 50%

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.