

Plan de marketing en internet para centros de formación

Área:

Duración: 20 horas

Modalidad: online



criteria

Objetivos

- Cómo diseñar un Plan de Marketing en Internet para el centro de formación.
- Estrategias y medios a nuestro alcance en Internet para generar demanda educativa.
- Cómo crear sitios web pensados para el cliente del mercado educativo, verdaderamente usables, y analizar sus métricas.
- Cómo fidelizar y vincular a los clientes a través de Internet.
- SEO: cómo lograr posicionamiento en Buscadores de manera natural, y SEM: campañas en Adwords.
- Gestión de la reputación corporativa Online del centro.

Contenidos y estructura del curso

UNIDAD 1 - CONCEPTOS DE MARKETING

- Diseño del Producto Educativo
- Fundamentos del marketing

- Marketing mix
- Posicionamiento
- Autopráctica - Posicionamiento
- Autopráctica - mejorar el posicionamiento de una empresa
- Ciclo de vida del producto
- Tipos de Precios
- Política de precios
- Autopráctica - Fijación de precios
- Investigación de Mercado
- Plan de Marketing
- Diez Pasos para crear un Plan de Marketing Viable
- Marketing educativo
- Qué compran los estudiantes
- El precio de los productos educativos
- Captación eficiente de matriculaciones

UNIDAD 2 - MARKETING ON LINE, CRM Y TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN

- Opciones para Mejorar Nuestro Mensaje de Correo
- Posibilidades del marketing online
- Principales Herramientas para potenciar el Marketing On Line
- Principales Objetivos del Marketing On Line
- Blended Marketing
- El Plan de E-marketing
- Determinación de precios en comercio electrónico
- Cobranding y Publicidad en Internet
- Marketing Relacional y CRM
- Técnicas de Fidelización Online
- Webmining
- Medición de Audiencias Online
- Medición de Audiencias Online en España
- Vender educación a través de Internet
- Marketing educativo - Enseñar para vender
- Autopráctica - Marketing OnLine, CRM y Fidelización

UNIDAD 3 - PLAN DE COMUNICACIÓN ON LINE

- Imagen de Marca en los Centros Educativos
- Etapa 1 - Identificar el Público Objetivo
- Etapa 2 - Identificar Palabras Clave
- Etapa 3 - Publicar Contenidos
- Etapa 4 - Potenciar Vínculos
- Etapa 5 - Medir Resultados
- Elaboración de planes óptimos
- La Gestión de la Reputación Online y e-branding
- Publicity
- Autopráctica - Investigación de mercados
- Autopráctica - Plan de Comunicación
- Actividad Blog - Plan de Medios

UNIDAD 4 - HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE

- La Web Vendedora
- Cómo hacer una campaña publicitaria On Line
- Otras Modalidades de Promoción Online
- Campañas de video marketing
- E-mail Marketing
- Personalización de la oferta y Permission marketing
- Permission Marketing
- Marketing Viral
- Marketing de afiliación
- Qué es Trade Marketing
- Indicadores clave de desempeño (KPI)
- Autopráctica - Procedimientos de Captación de Clientes

- Autopráctica - Herramientas de Marketing OnLine
- Actividad Blog - Idear una Promoción

Metodología:

En Criteria creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias... Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil del/la formador/a

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Criteria, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

En Criteria queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:

¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!

criteria.es

criteria.es/recursos

criteria.es/blog

