

Máster en Estrategias de Marketing para Entornos Educativos



# ÍNDICE

**1** | Somos Educa Business School

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y acreditaciones

**4** | By EDUCA EDTECH Group

**5** | Metodología LXP

**6** | Razones por las que elegir Educa Business School

**7** | Programa Formativo

**8** | Temario

**9** | Contacto

## SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**EDUCA Business School** es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

**18**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

## RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**Educa Business School** se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---



FONDO  
SOCIAL  
EUROPEO



## BY EDUCA EDTECH

---

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION

---



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

### 1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



### 2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



### 3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

## 4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



## 5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

## 6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



# Máster en Estrategias de Marketing para Entornos Educativos



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO  
PERSONALIZADO**

## Titulación

Titulación de Máster en Estrategias de Marketing para Entornos Educativos con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



### EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas  
expide el presente título propio

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a  
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica  
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con Extranjería, Categoría Profesional del Consejo Profesional de la UNEDCO (Bom. Resolución 6046)

## Descripción

---

El Máster en Estrategias de Marketing para Entornos Educativos te prepara para una era donde el marketing digital es esencial. En un mundo educativo en constante evolución, las instituciones deben destacar en un entorno digital saturado. Este máster te capacita para diseñar y ejecutar estrategias de marketing efectivas, desde la conceptualización del marketing digital hasta la implementación de campañas de SEO y SEM. Aprenderás a manejar herramientas de comunicación y redes sociales para optimizar la presencia online de centros educativos. La demanda de profesionales capacitados en marketing educativo es alta, y al completar este máster, estarás listo para liderar proyectos innovadores que potencien la captación y fidelización de alumnos. Además, su modalidad online te brindará la flexibilidad necesaria para avanzar en tu carrera desde cualquier lugar, permitiéndote equilibrar tus compromisos personales y profesionales.

## Objetivos

---

- Desarrollar estrategias de SEO para mejorar el posicionamiento de centros educativos en buscadores. - Aplicar técnicas de fidelización a través del CRM para aumentar la retención de estudiantes. - Diseñar un plan de marketing digital adaptado a centros de formación online. - Implementar campañas de publicidad en redes sociales para captar nuevos alumnos. - Analizar el comportamiento de usuarios en entornos digitales educativos. - Optimizar el uso de SMO para mejorar la presencia de la institución en redes sociales. - Crear contenido creativo y efectivo para campañas de marketing en educación.

## Para qué te prepara

---

El Máster en Estrategias de Marketing para Entornos Educativos está dirigido a profesionales y titulados del sector educativo que buscan profundizar en el marketing digital, la comunicación y la publicidad en entornos online. Ideal para quienes desean implementar planes de marketing y CRM en centros educativos, optimizar redes sociales y mejorar el branding y posicionamiento digital.

## A quién va dirigido

---

El Máster en Estrategias de Marketing para Entornos Educativos te prepara para diseñar y ejecutar planes de marketing digital efectivos, adaptados a la educación. Aprenderás a manejar herramientas de comunicación online, optimizar el uso de redes sociales y entender el comportamiento de usuarios en internet. Desarrollarás habilidades en branding, SEM, SEO, y CRM, mejorando la captación y fidelización de alumnos. Al finalizar, podrás implementar estrategias innovadoras que potencien la presencia digital de instituciones educativas.

## Salidas laborales

---

'- Consultor en marketing digital para instituciones educativas - Especialista en comunicación y publicidad online - Gestor de branding y posicionamiento web - Analista de mercado digital y comportamiento del e-consumer - Coordinador de estrategias en redes sociales - Responsable de SEO y SEM en el ámbito educativo - Experto en fidelización y CRM en entornos formativos

## TEMARIO

---

### PARTE 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Marketing electrónico o Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

1. Las 4F's del Marketing Online: Flujo, funcionalidad, feedback y fidelización
2. Tipos de Marketing Online
3. El marketing como medio para conseguir unos objetivos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

1. Marketing digital vs. Marketing tradicional: ventajas y características
2. Investigación comercial en marketing digital: recoger información
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Estrategia de Marketing Online

### PARTE 2. COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN Y SUS COMPONENTES

1. ¿Qué es la comunicación?
2. El Marketing como raíz de la comunicación digital
3. Otros componentes del marketing (4 P's)
4. Comunicación integrada de marketing (CIM)

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD COMO ELEMENTO DE COMUNICACIÓN

1. ¿Qué es la Publicidad?
2. Elementos de la comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria
4. El Departamento de Publicidad en la empresa
5. Las Agencias de publicidad como emisor técnico
6. El canal de la comunicación: Medios Publicitarios ATL (Above The Line)
7. El receptor de publicidad: el mercado y los consumidores
8. Estrategias publicitarias y de comunicación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA CREATIVIDAD EN LA PUBLICIDAD

1. ¿Qué es la creatividad?
2. Los encargados de la creatividad en las empresas
3. El briefing creativo
4. La creatividad en el medio digital
5. El Copywriting
6. Formatos y técnicas para aplicar la creatividad
7. El packaging como elemento creativo
8. El Portafolio creativo

### PARTE 3. COMPONENTES DEL MARKETING DIGITAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESAS DIGITALES Y MARKETING MIX

1. Marketing Mix: dimensiones y variables
2. Producto
3. Precio
4. Distribución
5. Comunicación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE INTERNET

1. El comportamiento de navegación y compra del internauta
2. Los estímulos de marketing en los consumidores e internautas
3. Elaboración de estrategias adaptadas al comportamiento del internauta
4. Variables que inciden en el comportamiento del internauta

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRANDING Y POSICIONAMIENTO EN INTERNET

1. Estrategia en la economía digital
2. Digital Branding Management
3. Digital Customer Experience
4. Promoción web
5. Mobile Marketing y Nuevas tendencias

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

1. El plan de marketing digital: Mapa de rutas
2. Análisis de la competencia: estrategias empresariales
3. Análisis de la demanda: Monitoricemos gustos, preferencias, usos y costumbres
4. Análisis DAFO
5. Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
6. Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento y definición de objetivos
7. La Imagen de marca
8. Captación y fidelización de usuarios
9. Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

### PARTE 4. MEDIO ONLINE: COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL ENTORNO DIGITAL

1. Origen de Internet, la World Wide Web y los buscadores
  1. - Hipertexto, Multimedia, Hipermedia y lenguaje HTML
  2. - La fotografía en el medio digital
  3. - La convergencia digital
2. Internet como fuente de información
3. Herramientas de comunicación digital
4. Origen de la web 2.0
5. Características y ventajas de la web 2.0
6. Web 2.0 orientada a empresas y consumidores
7. Proceso continuo de transformación: la web 3.0

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ANUNCIANTE EN LA RED

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. Reputación online y confianza
3. Identidad digital: determinación de unos rasgos propios
4. E-reputación ¿Cómo recuperar la reputación dañada?
5. Principales herramientas e indicadores para conocer la satisfacción de los clientes

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MERCADO DIGITAL: USUARIOS Y E-CONSUMER

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2. Introducción al comercio electrónico
3. Clasificar a los compradores: Prosumer y Crossuser
4. El comportamiento de los usuarios de Internet
5. Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN: SERVICIOS ONLINE

1. Formularios de contacto
2. Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Tecnologías de aplicaciones web
5. Servicios de alojamiento de archivos: fotografías, vídeos y audio

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS REDES SOCIALES COMO ELEMENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Marketing en Redes Sociales, el Social Media Marketing
2. Social Networking en la estrategia corporativa de la empresa
3. Tipos de redes sociales: Conectarnos
4. Redes sociales: ventajas y desventajas para el usuario
5. Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
6. Importancia y repercusión de las redes sociales
7. Las redes sociales como intercambio constante de información
8. Redes sociales en dispositivos móviles

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. CRM EN EL MEDIO ONLINE

1. Marketing de relaciones

2. Del CRM al e-CRM
3. Estrategia de atención al cliente
4. Optimización en la gestión del marketing relacional
5. Real time management
6. Social CRM y generación de leads

## PARTE 5. MARKETING EDUCATIVO

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

1. UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS DE MARKETING
2. Fundamentos del marketing.
3. Marketing Mix.
4. Ciclo de vida del producto.
5. Tipos y política de precios
6. Investigación de mercado.
7. Plan de Marketing.
8. Marketing Educativo.
  1. - Qué compran los estudiantes.
  2. - El precio de los productos educativos.
  3. - Captación eficiente de matriculaciones.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING ONLINE, CRM Y TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN

1. Posibilidades del marketing online.
  1. - Principales herramientas para potenciar el marketing online.
  2. - Principales objetivos del marketing online.
2. Blended Marketing.
3. El Plan de E-marketing.
4. Cobranding y publicidad en Internet.
5. Marketing Relacional y CRM.
6. Técnicas de fidelización online.
7. Webmining.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE COMUNICACIÓN ONLINE

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

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS DEL MARKETING ONLINE

1. La web vendedora.

1. - Cómo hacer una campaña publicitaria online.
2. - Otras modalidades de promoción online.
2. Campañas de video marketing.
3. E-mail marketing.
4. Personalización de la oferta.
5. Marketing viral.
6. Marketing de afiliación
7. Trade Marketing.

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

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)

1. Los medios sociales
  1. - Origen de los medios sociales
  2. - Tipos de medios sociales
  3. - Marketing en los medios sociales
2. Estrategias de Social Media
3. Captación de alumnos. Fijación de objetivos

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO. EL MERCADO OBJETIVO

1. Mercados y segmentos
2. Influyentes en el consumidor
3. Segmentación del mercado
  1. - Tipos de segmentación
4. Mercado meta
5. La promoción de la oferta educativa
6. Marketing de móviles para los centros de formación
7. SMS Marketing Educativo

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

1. Imagen e identidad.
2. Promoción y comunicación mix.
3. Plan de comunicación.
4. La marca
  1. - Características de la marca.
5. Publicidad.
6. La Relaciones Públicas.
7. Marketing de móviles para los centros de formación.
8. SMS Marketing Educativo.

## MÓDULO 3. MARKETING Y POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES PARA CENTRO DE FORMACIÓN Y REDES SOCIALES

### UNIDAD DIDÁCTICA 8. SEO

1. SEO

1. - SEO en el marketing de la educación superior.
2. - El proceso de marketing SEO.
3. - Cómo funciona el marketing de buscadores.
2. Cómo funciona el algoritmo de Google.
3. Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEM

1. Cómo funciona SEM.
2. SEM y Google Adwords.
3. Compra de palabras clave y SEM.
4. Publicidad basada en resultados.
5. Google Trends.
6. Google Analytics.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE MARKETING

1. Redes sociales y marketing educativo.
  1. - Marketing en las redes sociales para centros de formación.
  2. - Por qué hacer marketing en las redes sociales.
2. Tipos de redes sociales.
  1. - Facebook.
  2. - Instagram.
  3. - Twitter.
  4. - Youtube.
3. Redes sociales profesionales en España.
  1. - LinkedIn.
  2. - Flickr.
4. El marketing viral y las redes sociales.
5. El uso de blog como herramienta de marketing

#### PARTE 6. ESTRATEGIAS DE MARKETING EDUCATIVO

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PAPEL DEL MARKETING DENTRO DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

1. Orientación al consumidor
2. Orientación a la competencia
3. Orientación interna

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

1. Funciones del marketing estratégico
2. Funciones del marketing operativo
3. Estrategias en marketing digital

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING EDUCATIVO

1. Introducción
2. Las 7Ps del marketing educativo
3. Herramientas del marketing educativo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. REPUTACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING

1. Personalidad y estructura de marca
2. Brand equity o el valor de marca
3. Marcas corporativas y marcas producto
4. La imagen como comunicadora
5. Reputación corporativa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del marketing digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del marketing digital

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. Reputación online
3. Identidad digital
4. Reputación dañada, como gestionar este tipo de crisis
5. Principales herramientas e indicadores

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEO Y SEM

1. ¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
2. Posicionamiento natural y posicionamiento patrocinado
3. Elección de palabras clave
4. Optimizar la estructura del Sitio web
5. Optimizar sus links
6. Black and White SEO
7. Google AdWords

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA WEB

1. Conceptos básicos
2. Métricas
3. Visitas
4. Visitantes
5. Páginas
6. Promedio de tiempo en una página web
7. Tasa de rebote
8. Promedio de tiempo en un sitio web
9. Tasa de salida
10. Tasa de conversión

