

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1. El marketing educativo: su importancia y aspectos generales</p> <p>1.1. Introducción y objetivos 1.2. El marketing educativo. Concepto, evolución y necesidad actual 1.3. El marketing como ecosistema: imagen, comunicación, promoción, mercado 1.4. Hacia el plan de comunicación y el plan de marketing 1.5. Los públicos del centro educativo: el <i>target</i> y los <i>stakeholders</i> 1.6. El <i>marketing mix</i> aplicado a la educación 1.7. La Responsabilidad Social Educativa como valor añadido</p>	<p>Trabajo: Elaboración de un plan estratégico de marketing y comunicación en tu institución educativa (2 puntos)</p>	<p>Clase 1 Introducción al marketing educativo</p> <p>Clase 2 Del concepto de marketing a la ReSEd</p>
Semana 2	<p>Tema 2. El gabinete de comunicación de un centro educativo</p> <p>2.1. Introducción y objetivos 2.2. El gabinete de comunicación: una necesidad desatendida 2.3. El director de comunicación (<i>dircom</i>) 2.4. El ecosistema de la comunicación en el centro educativo 2.5. Introducción al plan de comunicación</p>		<p>Clase 3 El gabinete de comunicación y su <i>dircom</i></p> <p>Clase 4 De las necesidades al plan de comunicación</p>
Semana 3	<p>Tema 3. Plan Estratégico de Marketing y Comunicación</p> <p>3.1. Introducción y objetivos 3.2. Consideraciones previas 3.3. Análisis estratégico interno y externo 3.4. Objetivos estratégicos 3.5. Acciones estratégicas y su desarrollo 3.6. Control y seguimiento (KPI) 3.7. Plan de comunicación</p>		<p>Clase 5 Diagnosticar, planificar, actuar, evaluar</p> <p>Clase 6 Análisis del entorno</p>
Semana 4	<p>Tema 4. Captación y fidelización de alumnado</p> <p>4.1. Introducción y objetivos 4.2. El público objetivo de nuestro centro 4.3. Captación y fidelización</p>	<p>Test módulo 1 (0,2 puntos)</p>	<p>Clase 7 El cliente</p> <p>Clase 8 De <i>target</i> a embajador</p> <p>Masterclass 1 Captación y fidelización del alumnado</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	<p>Tema 5. Branding educativo e identidad diferencial</p> <p>5.1. Introducción y objetivos</p> <p>5.2. Conócete: los fundamentos de tu identidad</p> <p>5.3. Diferénciate: tus elementos distintivos</p>	<p>Trabajo: Diseño de la identidad corporativa de tu centro (2 puntos)</p>	<p>Clase 9 <i>Branding educativo: construcción de marca y brand management</i></p> <p>Clase 10 De tu identidad a tus distintivos</p>
Semana 6	<p>Tema 6. El centro educativo y su marca</p> <p>6.1. Introducción y objetivos</p> <p>6.2. Diseño de la identidad corporativa del centro educativo</p> <p>6.3. El manual de identidad audiovisual del centro educativo</p> <p>6.4. Diseño gráfico e identidad corporativa</p> <p>6.5. Diseño de materiales para la comunicación de marca</p>		<p>Clase 11 Identidad corporativa y manual de identidad del centro educativo</p> <p>Clase 12 Expresar tu identidad, comunicar tu mensaje</p>
Semana 7	<p>Tema 7. Modelos estratégicos de marketing promocional</p> <p>7.1. Introducción y objetivos</p> <p>7.2. La promoción como herramienta de comunicación corporativa</p> <p>7.3. Marketing invasivo vs. marketing atractivo</p> <p>7.4. Estrategias de marketing invasivo</p> <p>7.5. Estrategias de marketing de atracción</p>		<p>Clase 13 La promoción del centro educativo</p> <p>Clase 14 Estrategias promocionales</p>
Semana 8	<p>Tema 8. Canales y técnicas de marketing educativo offline</p> <p>8.1. Introducción y objetivos</p> <p>8.2. Medios de comunicación tradicionales</p> <p>8.3. Canales presenciales en el centro educativo</p> <p>8.4. Dispositivos promocionales específicos</p> <p>8.5. Una vuelta de tuerca: el marketing de guerrilla</p>	<p>Test módulo 2 (0,2 puntos)</p>	<p>Clase 15 Marketing educativo <i>offline</i></p> <p>Clase 16 Internet no lo es todo</p> <p>Masterclass 2 <i>Branding y comunicación de marca</i></p>
Semana 9	<p>Tema 9. Elementos clave en el marketing digital educativo</p> <p>9.1. Introducción y objetivos</p> <p>9.2. Marketing digital vs. marketing <i>online</i></p> <p>9.3. La necesidad de destacar en la red: posicionamiento</p> <p>9.4. El embudo de conversión</p> <p>9.5. Plataformas publicitarias <i>online</i></p> <p>9.6. Convergencias <i>online-offline</i></p>	<p>Trabajo: Planteamiento del sitio web y diseño de la estrategia digital de tu centro (2 puntos)</p>	<p>Clase 17 El marketing digital del centro educativo</p> <p>Clase 18 Del posicionamiento a la conversión</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 10	Tema 10. El centro educativo y su sitio web 10.1. Introducción y objetivos 10.2. El sitio web como núcleo de la presencia <i>online</i> 10.3. Características y secciones de nuestro sitio 10.4. <i>Landing pages</i> y <i>microsites</i> 10.5. Bases de la analítica web		Clase 19 El sitio web del centro educativo Clase 20 De la idea al análisis
Semana 11	Tema 11. El papel de los <i>social media</i> 11.1. Introducción y objetivos 11.2. Del marketing 1.0 al 4.0 11.3. <i>Social media</i> vs. redes sociales 11.4. Medios sociales e <i>inbound marketing</i> 11.5. Un canal desaprovechado por los centros: <i>e-mail marketing</i> 11.6. Mensajería móvil		Clase 21 Los <i>social media</i> en el marketing educativo Clase 22 De la web 1.0 al <i>mobile first</i>
Semana 12	Tema 12. Las redes sociales del centro educativo 12.1. Introducción y objetivos 12.2. <i>Social media manager</i> vs. <i>community manager</i> 12.3. Ventajas e inconvenientes de las redes sociales 12.4. Redes sociales generalistas 12.5. Redes sociales profesionales y educativas 12.6. Bases de analítica de redes	Test módulo 3 (0,2 puntos)	Clase 23 Medios y redes sociales Clase 24 Profundización conceptual Masterclass 3 Marketing digital en centros educativos
Semana 13	Tema 13. Comunicación corporativa 13.1. Introducción y objetivos 13.2. El proceso de comunicación en el centro educativo 13.3. La coherencia comunicativa como clave estratégica 13.4. Comunicación formal vs. informal 13.5. La nota de prensa y el comunicado	Trabajo: Plan de Comunicación Corporativa de tu centro (2 puntos)	Clase 25 La comunicación corporativa en el centro Clase 26 Notas, comunicados y otras herramientas
Semana 14	Tema 14. Comunicación interna en el centro educativo 14.1. Introducción y objetivos 14.2. La comunicación interna en el centro educativo 14.3. Canales físicos de comunicación interna 14.4. Canales digitales de comunicación interna 14.5. Estrategia y plan de comunicación interna		Clase 27 Definir nuestra estrategia comunicativa interna Clase 28 Plantear el P.C.I.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 15	Tema 15. Comunicación externa y Responsabilidad Social Educativa 15.1. Introducción y objetivos 15.2. La comunicación externa 15.3. Canales físicos de comunicación externa 15.4. Canales digitales de comunicación externa 15.5. Estrategia y plan de comunicación externa		Clase 29 Definir nuestra estrategia comunicativa externa Clase 30 Plantear el P.C.E.
Semana 16	Tema 16. Gestión y comunicación de crisis 16.1. Introducción y objetivos 16.2. Concepto y tipos de crisis 16.3. El gabinete de crisis 16.4. Usos de los canales en caso de crisis 16.5. Estrategia y plan de comunicación de crisis	Test módulo 4 (0,2 puntos) Test final (1,2 puntos)	Clase 31 Crisis en centros educativos: causas y gestión Clase 32 Más vale prevenir Masterclass 4 La comunicación corporativa escolar

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.