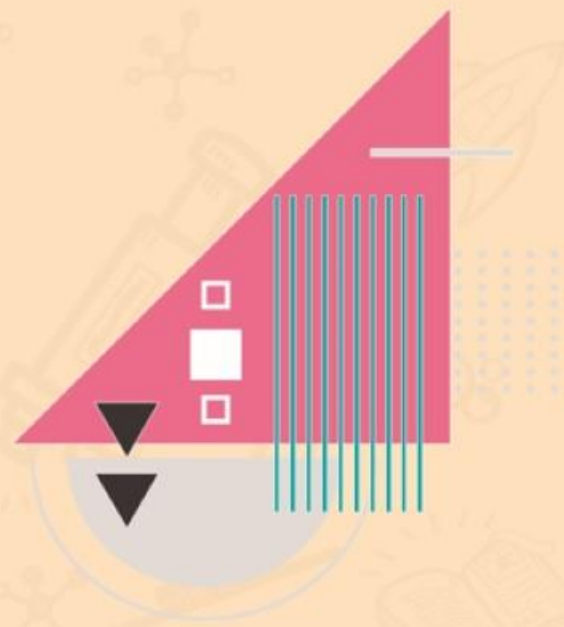




Taller

# Marketing Educativo

uni>ersia



# Introducción

El presente taller ha sido diseñado para abordar el marketing desde la perspectiva de las instituciones de educación superior, teniendo en cuenta los elementos clave del marketing digital y su potencial uso en el ámbito educativo.

Además, tiene en cuenta las nuevas circunstancias y retos que plantea para la educación y para el marketing, la pandemia COVID-19.

El taller ha sido diseñado con un enfoque eminentemente práctico pero con el apoyo de algunos elementos conceptuales básicos. De este modo, cada participante tiene la oportunidad de conocer, explorar y aplicar diversas herramientas a través de las cuales realiza un diagnóstico de su propia institución, siendo éste el punto de partida para formular un plan de marketing con sus correspondientes indicadores de seguimiento.



# Objetivos

---

Al finalizar el taller, los participantes estarán en capacidad de:

- » Utilizar diferentes herramientas digitales para diagnosticar el grado de visibilidad y posicionamiento institucional en la Web
- » Realizar un análisis estratégico interno y del entorno bajo el modelo DOFA (Debilidades-Oportunidades-Fortalezas-Amenazas), desde la perspectiva del Marketing.
- » Formular una estrategia de Marketing para una institución educativa, incluyendo la definición de indicadores clave para realizar un apropiado seguimiento y medir su impacto, considerando, además, las circunstancias especiales que surgen a partir de la pandemia COVID-19.

## Dirigido a:

- » Responsables de áreas de mercadeo y comunicación de las IES
- » Directores de admisiones
- » Directores de programas de pregrado, postgrado y educación continua



# Metodología

---

El taller se realizará 100% en línea, combinando 4 sesiones sincrónicas expositivas de una hora, 3 sesiones sincrónicas de preguntas y 3 actividades prácticas asincrónicas con tutoría y acompañamiento por parte de los orientadores durante 3 semanas.

El componente conceptual del taller es provisto por una serie de recursos preparados por los orientadores y otros complementarios usados como referencia.

Las actividades prácticas se realizarán en equipos de trabajo conformados por personas de una misma institución.

Las sesiones sincrónicas están diseñadas como un acercamiento personal con los participantes y permiten orientarlos en los aspectos metodológicos del taller.

Las actividades asincrónicas, que corresponden a la actividad práctica del Taller, están diseñadas para que los participantes apliquen el conocimiento y desarrollen dos productos clave útiles para su institución y su trabajo: uno que consiste en un diagnóstico del estado actual de su visibilidad y posicionamiento en la web, y el alcance actual de sus acciones de marketing; y otro que corresponde a un plan básico de marketing con un conjunto de indicadores clave para su seguimiento.

## Certificación

---

Se otorgará certificado de participación en el taller por 30 horas de trabajo a quienes:

- Hayan participado de forma activa en las sesiones sincrónicas
- Hayan cumplido con las actividades prácticas del taller de acuerdo con los lineamientos y criterios establecidos por el orientador.

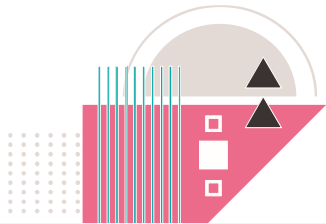
# Estructura y calendario

El taller tiene una duración de tres semanas calendario, con una intensidad de trabajo de 30 horas.

La estructura de trabajo es la siguiente:

- a. **4 Sesiones expositivas** (sincrónicas – 1 hora c/u):  
24 y 31 de agosto, 7 y 14 de septiembre
- b. **3 Sesiones de preguntas** (sincrónicas – 1 hora c/u):  
27 de agosto, 3 y 10 de septiembre
- c. **3 Actividades prácticas** (asincrónicas – tutoría virtual):  
entre el 24 de agosto y el 14 de septiembre





# Contenido

- » Situación actual de las IES y sus estrategias de mercadeo
- » Conceptos básicos de Marketing Digital
- » Casos de éxito
- » Diagnóstico e identificación de necesidades
- » El impacto del Covid-19 en el ecosistema digital
- » Cómo adaptar tus estrategias de marketing en tiempos de pandemia
- » El marketing Pos-pandemia
- » Diseño de un plan de Marketing Educativo

# Recursos y entorno

---

El taller se desarrollará apoyado en dos entornos de trabajo en línea. Uno, un sistema de **videoconferencia en línea**, en el que se realizarán las sesiones **sincrónicas** con la posibilidad de interacción a través de video y chat con los participantes. El otro, un **aula virtual** para el desarrollo de la actividad **asincrónica**, con acceso a la **tutoría**, los **recursos**, el trabajo en equipo y seguimiento de la actividad práctica del Taller.

Adicionalmente, los participantes tendrán acceso a una serie de videos e infografías preparados especialmente para este taller.



# Orientadores

---



**Tatiana Ariza S.**

Coordinadora de Entornos Virtuales  
Universia Colombia



**Luis Fernando Correa C.**

Gerente de Operaciones e Innovación  
Universia Colombia



## **Valor de la inversión**

---

|                       |                        |
|-----------------------|------------------------|
| <b>1 participante</b> | <b>\$310.000 pesos</b> |
|-----------------------|------------------------|

## **Fecha límite de inscripción**

---

20/08/2020