

## Destinatarios



Directores, responsables de comunicación de centros o instituciones, responsables de educación de las instituciones titulares y profesores interesados.

## Requisitos técnicos



Ordenador o tableta y conexión a Internet.

## Matrícula



120 euros.

## Certificación



Para obtener la bonificación y certificación FUNDAE es obligatorio una conexión en la plataforma superior al 75% de las horas del curso (15 horas) y superar el 75% de los controles de aprendizaje obligatorios.

## Plazo de inscripción



La fecha límite para la inscripción y entrega de documentación es el 25 de marzo de 2022. Consulta las condiciones de matriculación en la página web de formación de Escuelas Católicas [www.escuelascaticas.es/formacion](http://www.escuelascaticas.es/formacion)

## Plataforma



Teleformación a través de la plataforma de formación de Escuelas Católicas: [aula.escuelascaticas.es](http://aula.escuelascaticas.es)

## Sesiones virtuales



Días: 27 de abril, 4, 11 y 18 de mayo de 18.00 a 19.00h.

## Información e inscripciones



### Escuelas Católicas

Departamento de Comunicación  
Hacienda de Pavones, 5 - 1º  
28030 Madrid | Tel: 91 3288000  
[comunicacion@escuelascaticas.es](mailto:comunicacion@escuelascaticas.es)  
[@ecatolicas](https://twitter.com/ecaticas) | [#comunicadoresycoles](https://twitter.com/comunicadoresycoles)



CURSO ON-LINE

## Inbound Marketing para centros educativos

Del 25 de abril al 5 de junio de 2022



escuelas católicas

CURSO ON-LINE

## Inbound Marketing para centros educativos

Del 25 de abril al 5 de junio de 2022

3ª  
CONVOCATORIA



[www.escuelascaticas.es](http://www.escuelascaticas.es)

## Objetivos



- 1 Diferenciar estrategias *inbound* y *outbound*.
- 2 Desarrollo de estrategias de automatización.
- 3 Elaborar *buyer* personas reales.
- 4 Elaborar un plan de contenidos con base SEO.
- 5 Aprender a segmentar la base de datos de tus destinatarios.
- 6 Comprender y analizar las principales métricas.
- 7 Analizar y compartir casos de éxito.

## Programa



1	Introducción al <i>Inbound</i>
2	¿Cómo ha cambiado el proceso de compra?
3	Bases del <i>Inbound Marketing</i> : Cómo preparar tu estrategia
4	Fases de la metodología <i>Inbound</i>
5	<i>Leads scoring</i> y cualificación de los contactos
6	El <i>lead hand off</i>
7	<i>Reporting</i>
8	<i>Inbound Marketing</i> en educación

## Formadoras



### » Ana Aldea

Es periodista y responsable global de Datasocial, agencia de Marketing Digital especializada en *Inbound Marketing* y analítica digital. Es además Social Media Strategist en El Huffingtonpost y colaboradora en Solamente una vez de RNE. Compatibiliza su trabajo diario con otra de sus pasiones, la formación, dando clases en la Universidad Sergio Arboleda y en EAE Business School. También es formadora en Telefónica Learning Services, IAB, Hola, Amadeus INESE, Unidad Editorial, The Valley, etc sobre redes sociales y sus aplicaciones para empresas y usuarios.

### » Idoia Doncel

Licenciada en Sociología, es responsable de cuentas en Datasocial, agencia de Marketing Digital especializada en *Inbound Marketing* y analítica digital. Ha trabajado con clientes como Iberdrola, El Corte Inglés, Greenpeace y Fundación Aladina. Tiene un sólido historial de liderazgo de equipos de alto rendimiento y creación de estrategias, implementación, control y mejora continua. Con amplia experiencia en diseño y puesta en marcha de estrategias de marketing digital 360, ha sido también formadora para empresas sobre *Inbound Marketing* y analítica digital.

## Valor añadido



» El *marketing* no deja de sorprendernos con sus términos y sus especialidades. En este curso trabajaremos las técnicas de *Inbound Marketing* para conseguir despertar el interés del destinatario. El objetivo ya no es salir a la calle para contar quiénes somos o lo que hacemos, sino que vengan a nosotros atraídos por un contenido de calidad.

» Llevamos mucho tiempo afirmando que el contenido es el Rey. Hay quién dice que somos lo que compartimos ¿Cómo quieres ser percibido entonces? Tenemos que ser capaces de hacer llegar el contenido adecuado a la persona indicada en el momento más apropiado.

» ¿Qué contenido ofrece un colegio a sus destinatarios? ¿Aporta valor? ¿Satisface sus intereses y necesidades en ese momento? Y además, ¿conoces bien a tus destinatarios? ¿Sabes cuáles son sus necesidades? ¿Sabes por qué te eligen? Si quieres tener las respuestas tienes que empezar a aplicar el *Inbound Marketing*.