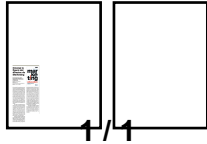
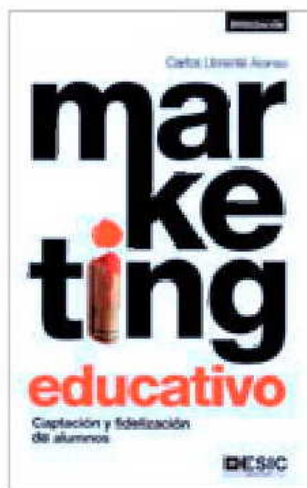


Tirada: 13083	MAGISTERIO	Superficie: 148 cm²		
Difusión: 11180		Ocupación: 13.09%		
Audiencia: 39130		Nacional Semanal		Página: 30
Ref: 9611794		Educación y cultura		
	1ª Edición 18/10/2017			

Emerge la figura del director de Marketing

Marketing Educativo Captación y fidelización de alumnos

Autor: Carlos Llorente
 Editorial: ESIC;
 Pozuelo de Alarcón (Madrid) 2017
 Precio: 15 €; 142 págs.



El sector de la enseñanza vive su mayor transformación desde la revolución industrial. Por primera vez los colegios se cuestionan a sí mismos, motivados por la demanda social de un cambio en la Educación. El marketing educativo se presenta como un motor de cambio fundamental para mejorar el proyecto pedagógico y la experiencia del alumno, y constata una voluntad firme por dar respuesta a las nuevas demandas y necesidades sociales.

La crisis económica ha generado un escenario incierto en el que cada vez hay menos embarazos y menos poder adquisitivo. Por primera vez, la oferta de centros privados es superior a la demanda y los colegios se deciden a profesionalizar un Departamento de Marketing y Comunicación para captar más alumnos.

Estamos siendo testigos de la consolidación de una nueva figura dentro de los colegios; el director de Marketing y Proyectos que, además de aumentar las ventas y mejorar el

posicionamiento de la marca, impulsa la innovación y optimizar la comunicación. Esta figura se presume imprescindible para afrontar los cambios sociales y económicos que ahora vivimos. El mundo está cambiando y los colegios, incapaces de seguir el ritmo, se encuentran desconcertados en un contexto cambiante que les deja atrás. Este director será el puente con la realidad, el responsable de mirar hacia fuera y el líder capaz de impulsar la difícil tarea de transformar el colegio.

Este libro, dirigido a todos los miembros de la comunidad educativa, tiene como objetivo concienciar, orientar y motivar a sus lectores de la necesidad de cambiar y ser valientes.