



# Estrategias de marketing digital para instituciones universitarias

DR. FRANK LOZADA-CONTRERAS

CATEDRÁTICO ASOCIADO, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PUERTO RICO

# Frank Lozada Contreras, DBA

- ▶ Associate Professor, Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico
- ▶ Doctor in Business Administration, Marketing, Pontifical Catholic University of Puerto Rico at Ponce
- ▶ Master in Business Administration, University of Texas at El Paso, USA
- ▶ BS in Business Administration, Marketing, University of Puerto Rico at Mayagüez
- ▶ Journal publications:
  - ▶ Lozada-Contreras, F., & Zapata-Ramos, M. (2016). What is Marketing? A Study on Marketing Managers' Perception of the Definition of Marketing. **Forum Empresarial** (Vol. 21, No. 1, pp. 49-69). Universidad de Puerto Rico.
  - ▶ Lozada-Contreras, F. (2020), "Gerentes de marketing: nivel de responsabilidad en sus funciones." **Revista Academia & Negocios** Vol.6 (1) pp. 57-70.
  - ▶ Nieves-Casasnovas, J. J., & Lozada-Contreras, F. (2020). Marketing communication objectives through digital content marketing on social media. **Fórum Empresarial**, 79-104.
  - ▶ Lozada, F., Orengo, K. & Sanchez, M. Adaptive customer relationship management contingency model under disruptive events. Manuscript accepted for publication (4/19/2021). **Journal of Advances in Management Research** (Ranking: Schimago: Q2).

## Objetivos de la presentación

---

Presentar los componentes principales de una estrategia de marketing digital para universidades

---

Analizar las estrategias de marketing digital enfocadas en atraer nuevos estudiantes.

# El rol del director de marketing de la universidad



**Auditar** las estrategias de mercadeo digital: analizar y criticar.  
Comparar con otras universidades.

**Recomendar** estrategias: Estrategias de marketing de contenido.

**Implementar** estrategias con el personal interno de la universidad y compañías externas de apoyo. (Parte del plan de marketing)

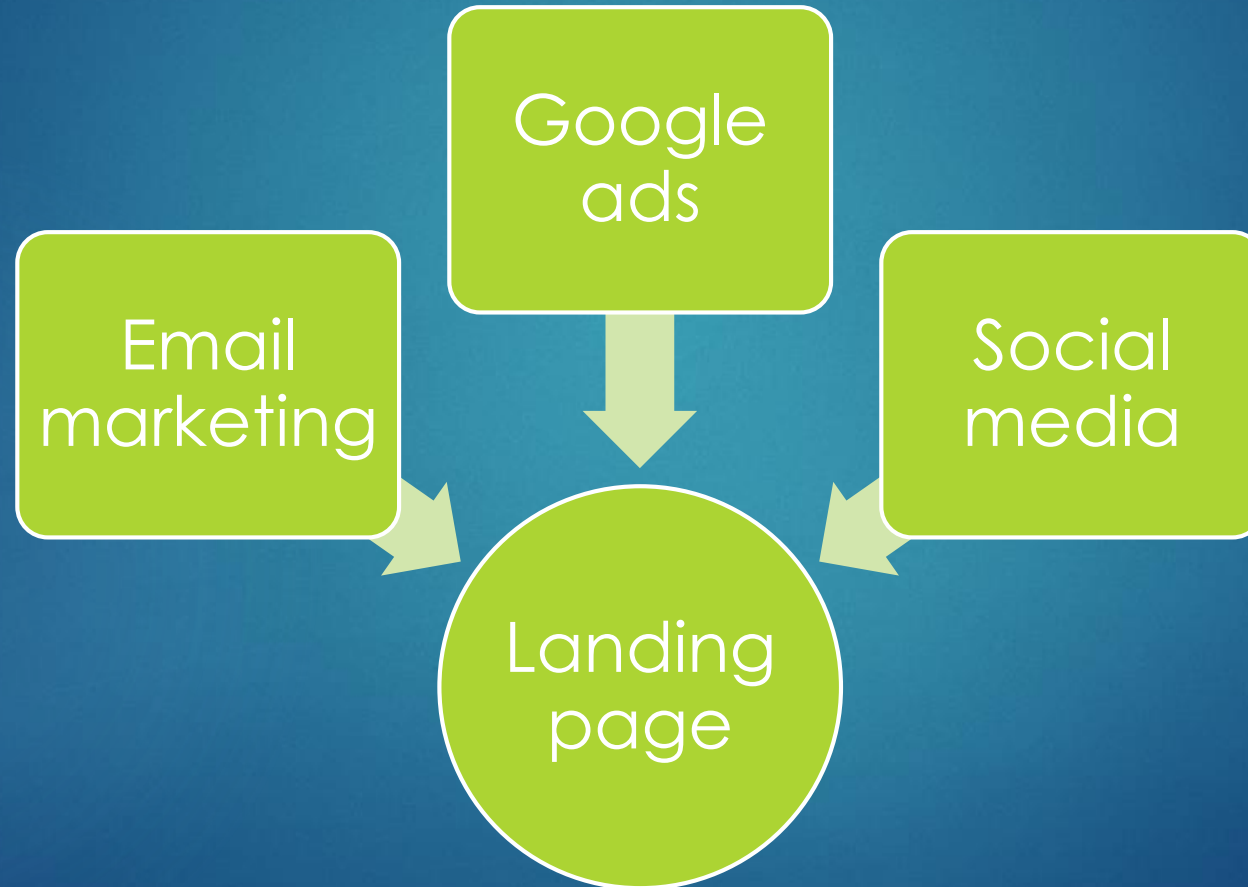
# Pregunta

¿El presupuesto de la universidad para publicidad, comunicaciones y mercadeo digital debe modificarse?

# Estrategias



# Estrategias de marketing digital



# Marketing digital: Ejemplo de universidad

The image illustrates a digital marketing strategy for a university. It features two main components: a Google search results page and a university landing page.

**Google Search Results:**

- Search Query:** "film producer courses"
- Results:** About 19,000,000 results (0.71 seconds).
- Top Result:** "Executive Production Pathways | Part-Time Evening Classes" from production.scs.mcgill.ca/Executive/Production. Description: "Learn How to Manage, Produce and Lead Creative Projects from Beginning to End. Study Part-Time Evenings and Weekends. Sign Up for our Free Info Session!"
- Second Result:** "Executive Management Program | Register Now | McGill.ca" from executive.mcgill.ca/Mini-MBA/Program. Description: "Mini-MBA for Executives & Professionals in Montreal - Next Session: December 4, 2019. Boost Your Profile Equity. Certificate of Completion. World-Class Faculty. Most Popular Course. Top McGill Professors. Personalized Coaching. Courses: Strategic Analysis, Human Resources."
- Additional Content:** "Our Seminars" (Discover All Our Seminars Tailored Specialty For Executives) and "Our Mini-MBA" (Discover the Mini-MBA Series. The mini program with big impact).

**University Landing Page:**

- Header:** "Landing Pages" (highlighted in a dark box).
- Image:** A smiling woman holding a laptop.
- Section:** "ONLINE DEGREES: Digital Learning Leadership".
- Text:** "Gain unmatched recognition of your digital learning expertise and innovation. Pursue online, innovative degrees, awards and graduate work that is based on completion of your professional practice, along with coursework. Applying digital learning strategies and further opportunities for research. Gain world-class recognition of your digital learning capability and expertise. These online, innovative degrees award a comprehensive qualification based on recognition of your professional practice, along with coursework exploring digital learning processes and their application to research."
- Form:** A "Want to learn more?" form with fields for name, email, and phone number, and a "Learn More" button.

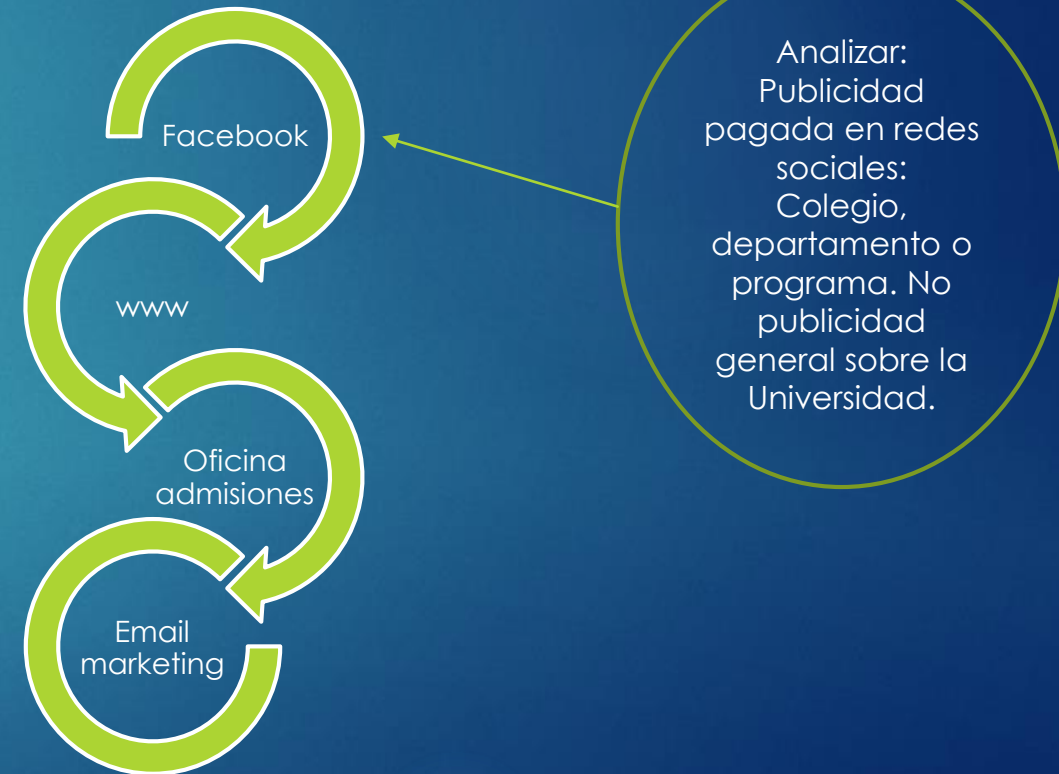


# Customer journey: Quiero hacer una carrera universitaria.

Búsqueda en internet:



Vi algo es facebook que me interesó




# Plan

¿Qué programas, departamentos o colegios se van a promocionar?



¿Qué beneficios, características y atractivos tienen?



Convertir esos beneficios, características y atractivos en una estrategia de contenido de marketing digital.

# Plan: ejemplo

Programa de bachillerato en marketing digital

Prestigio del programa, acreditaciones, en línea, programa acelerado.

Convertir esos beneficios, características y atractivos en una estrategia de contenido de marketing digital.

# Ad Campaign en google

## Objetivo

1. Aumentar estudiantes en el programa de bachillerato de marketing digital.

## Estrategia

1. Estrategia de contenido de marketing analizando:
  1. Características del programa, departamento o colegio
  2. ¿Porque es atractivo el programa para un nuevo estudiante?

## Táctica

1. Diseño del Ad y selección de Keywords.

Headline 1

Headline 2: Call to action

## [Digital Marketing Course - Free 4 Week Online Course](https://www.shawacademy.com/courses/marketing)

<https://www.shawacademy.com/courses/marketing>

(Ad) Learn About PPC, SEO, Affiliate **Marketing** & Digital Strategy & Jumpstart You Career. Professional Diploma In Digital **Marketing**. Sign Up Today & Get A Free 4 Week Course!

Description: incluir información que llama la atención.

Description: también se incluye el call to action

# Landing page



Your Future, Your Way!

Browse Courses ▾ [Get 4 Weeks Free](#) [Login](#)

Home > Courses > Marketing > Digital Marketing

[Overview](#) [Content](#) [Reviews](#) [Benefits](#) [Price](#)



**Digital Marketing Course Online**

Learn about different marketing channels and tactics, and understand how to apply these skills and create a digital marketing strategy based on the needs of your brand.

**FREE for next 4 weeks** ~~\$69.99 /month~~

Limited time offer

[Get 4 Weeks FREE](#)

✓ Globally Recognised ✓ No Commitment

471,518 Graduates  All Levels  Certified

 **93%** Most of this week's places have been filled.  
Start your course now to guarantee your place.

 **Digital Marketing Class Overview**

- An understanding of all key digital marketing channels such as SEO, PPC, Social Media, Affiliate, Content and Email
- How to define your target audience

Certified by



**Austin Peay**  
State University

Continuing Education

Globally recognised by

# Landing page

Cada **campaña de marketing digital** debe tener una página de destino único (**Landing page**), **visualmente atractiva** que ofrezca una visión general rápida de la universidad. Dependiendo de los objetivos de marketing, querrás que esa página de destino (landing page) tenga algún tipo de llamada a la acción (**call to action**).

Algunos buenos **call to action** incluyen alentar un seguimiento en Twitter, inscribirse a un boletín de noticias por correo electrónico (¡prometer que el boletín tendrá contenido fascinante!), o chatear con un representante de la universidad.

¿**Qué hace** que tu universidad/programa sea superior y **por qué** deberían seleccionarlo?

Declaración de beneficios

Testimonios estudiantiles

White paper, artículo o descarga de libros electrónicos

vídeo

Presentación de Slideshare

# The importance of email marketing

## Email marketing

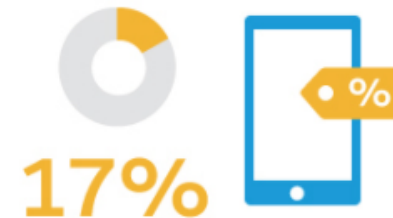
Importante para una estrategia de marketing digital

Businesses have a lot of choices in terms of marketing channels, but there's a reason why **89% of marketers say that email marketing is their primary lead-generating channel.**

Email marketing is an affordable, effective way to engage customers that can have a significant impact on your business's bottom line.



of people prefer to receive promotional content through email.



of people would like to receive promotions on social media.



# Email marketing

- ▶ A pesar de lo que cabría esperar de los estudiantes, especialmente los adolescentes, el **correo electrónico** sigue siendo el **canal principal** para los estudiantes que **investigan** y se **comunican** con universidades y colegios.
- ▶ En un estudio reciente, casi el 68 por ciento de los adolescentes y el 73 por ciento de los millennials dijeron que prefieren recibir comunicación por correo electrónico.
- ▶ Fuente: <https://www.mailjet.com/blog/news/email-marketing-higher-education/>

# Email

<https://www.getresponse.com/blog/higher-education-email-marketing-strategies>

- ▶ Aunque el **correo electrónico** es la forma más antigua de marketing digital, sigue siendo un **componente vital** de una estrategia de marketing.
- ▶ Lanzar el mismo mensaje de correo electrónico a cada dirección de su base de datos es un desperdicio de recursos y molestará a muchos destinatarios. Pero, los **correos electrónicos dirigidos**, como parte de una **campana de reclutamiento**, traerán resultados.
- ▶ Siga estas estrategias para ajustar su marketing por correo electrónico para crear la **marca de su institución** y **aumentar el número de estudiantes**.

# Email

<https://www.getresponse.com/blog/higher-education-email-marketing-strategies>

- ▶ Siga estas estrategias para ajustar su marketing por correo electrónico para crear la marca de su institución y aumentar el número de inscripción:
  - ▶ 1. Segmentar el listado de correos electrónicos:
    - ▶ Alumnos actuales
    - ▶ Exalumnos
    - ▶ Estudiantes potenciales (que se inscribieron en el landing page, se recopiló información en las escuelas, etc.)
    - ▶ Para poder desarrollar mensajes de mercadeo apropiados para ellos.
  - ▶ 2. Alinear los mensajes de marketing del email con lo que necesita el estudiante potencial:
    - ▶ Información del programa y ver cómo podemos ayudarle en el proceso.

# Email

<https://www.getresponse.com/blog/higher-education-email-marketing-strategies>

- ▶ 2. Alinear los mensajes de mercadeo del email con lo que necesita el estudiante potencial:
  - ▶ Información del programa y ver cómo podemos ayudarle en el proceso.
  - ▶ Por ejemplo: Un estudiante en la etapa de explorar programas académicos puede no estar listo para una invitación a reunirse con un asesor de admisiones, mientras que la información general sobre los programas de grado y la vida estudiantil sería apropiada.
- ▶ 3. Utilizar “subject lines” interesantes, atractivos y apropiados. Tratando de hacer los “subject lines” lo más corto y conciso posibles. Lo importante del subject es crear interés para que el potencial estudiante abra el correo electrónico. Ejemplos:
  - ▶ Explora nuestro nuevo programa de ciencias.
  - ▶ Conoce lo nuevo en el programa de arquitectura

# Email

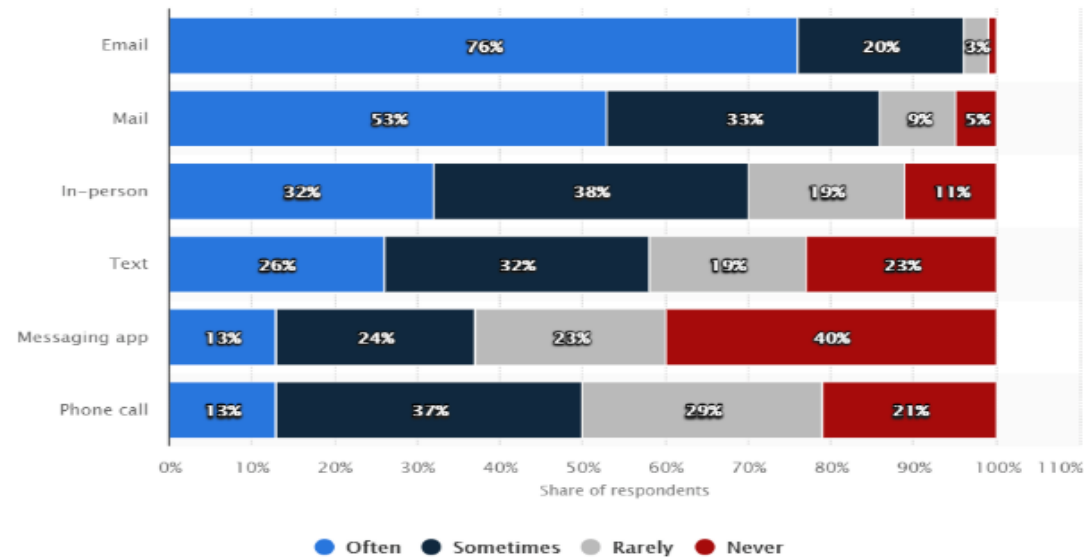
<https://www.getresponse.com/blog/higher-education-email-marketing-strategies>

- ▶ 4. Utilizar buenas fotos y videos en el contenido del correo electrónico.
  - ▶ Utilizar poco texto
  - ▶ Videos e imagenes para promocionar los programas.
  - ▶ Call to action en el texto del email.

<https://www.mailjet.com/blog/news/email-marketing-higher-education/#preferred>

## Email is the preferred channel for university marketing

76% of high school students ranked email as the preferred medium for researching colleges in the United States. This far outranked direct mail, in-person seminars, phone, and messaging apps. While social media certainly plays a role in advertising and capturing the attention of students, it is not a channel used for communication.



Preferred Channel for University Recruitments by Students

Source: Statista, 2016



The University of Texas at El Paso givingto@utep.edu via blackbaudemail.netcommunity1.com  
to Frank

Thu, May 21, 2020, 2:08 PM ☆ ↶ ⋮

English > Esperanto [Translate message](#)

[Turn off for: English x](#)



[\[Text Version\]](#)

Frank,

Digital media productions student, Stephanie Zamora, didn't know if she would be able to finish her spring semester once the pandemic hit. As a resourceful UTEP student, she would spend hours in specific campus computer labs because her major requires the use of specialized computer programs.

When campus closed in March, and her workplace locked their doors – Stephanie knew buying a computer would be essential for completing her education. She checked pawn shops and online marketplaces for a



You're invited to a mixer! Inbox x

UTEP College of Business Administration [givingto@utep.edu](mailto:givingto@utep.edu) via [blackbaudemail.netcommunity1.com](mailto:blackbaudemail.netcommunity1.com)  
to Frank

Wed, Sep 11, 2019, 4:58 PM ☆ ←

English > Esperanto Translate message

[Turn off for: English](#)



**THE UNIVERSITY OF TEXAS AT EL PASO**  
**COLLEGE OF BUSINESS ADMINISTRATION**

## Meet the Dean Mixer

**Wednesday, October 2, 2019**  
**5 - 7 p.m.**  
The Holy Grail  
140 Montecillo Blvd.  
Second Floor  
Light appetizers will be provided.  
Cash bar available.

RSVP to Vanessa Leon at [vgleon@utep.edu](mailto:vgleon@utep.edu)  
or via phone at 915-747-8636 by September 27



**Dr. James Payne**  
Dean  
College of Business Administration



UTEP HOMECOMING 2019

[\[TEXT VERSION\]](#)



Ad en Facebook:  
Llega a una  
audiencia que  
seleccionamos

 Kellogg Executive Education  
April 21 at 12:17 PM · 🌐

Learn more than 30 practical sales tools to achieve breakthrough sales performance in this 10-week online program.

Northwestern  
**Kellogg**  
School of Management

**Mastering  
Sales  
Program**

Maximize your  
selling potential

10 WEEKS | ONLINE



KELLOGG.NORTHWESTERN.EDU

**Mastering Sales (Online) | Starts May 18, 2021**  
Achieve breakthrough sales performance.

[Learn More](#)

[https://kellogg-executive-education-online.emeritus.org/mastering-sales/?fbclid=IwAR1otKog8caWh4PbLVUD-Vi4fNULeG82H2YI\\_-B2VEwMlyfKruMSsJ9LFao](https://kellogg-executive-education-online.emeritus.org/mastering-sales/?fbclid=IwAR1otKog8caWh4PbLVUD-Vi4fNULeG82H2YI_-B2VEwMlyfKruMSsJ9LFao)




**Mastering Sales: A Toolkit for Success**

**Get Your Brochure**

Required



By clicking the button below, you agree to receive communications from Kellogg & Emeritus about this program and other relevant programs. [Privacy Policy](#)

**DOWNLOAD BROCHURE**

 **STARTS ON**  
**May 18, 2021**

 **DURATION**  
**10 weeks, online**  
**4-6 hours/week**

 **PROGRAM FEE**  
**US\$1,950** or get US\$195 off with a referral

-  [Flexible payment available](#)
-  [Special group enrollment pricing](#)




# Luego de registrarme




## Mastering Sales: A Toolkit for Success

Thank you for your interest in the **Mastering Sales: A Toolkit for Success** program. Our program advisor will get in touch with you shortly.

### What to do next?

-  **[Download brochure](#)**  
Learn about the syllabus, key takeaways, learning experience and more.
-  **[Schedule a call with a Program Advisor](#)**  
Talk to one of our course experts and have your questions answered. You can also call them directly at [+1 \(847\) 469 1711](tel:+18474691711)
-  **[Save on program fees with referrals](#)**  
You can save on program fees when you invite colleagues to join with you.

[APPLY NOW](#)

 **STARTS ON**  
May 18, 2024

 **DURATION**  
10 weeks, online

 **PROGRAM FEE**  
US\$1,950

# Interest in Kellogg Executive Education's Mastering Sales: A Toolkit for Success Program

External



Inbox x

**Rajrupa Menon** <rajrupa.menon@emeritus.org> [Unsubscribe](#)

to me ▾

English ▾ > Esperanto ▾ [Translate message](#)

Dear Frank,

My Name is Rajrupa Menon. I am your program advisor at Emeritus, Kellogg Executive Education's online partner for Mastering Sales: A Toolkit for Success Program. I tried to call you today but couldn't get through. Please let me know if you have any questions regarding the program, and I will be happy to answer them. You can schedule a meeting with me here [Click Here](#)

#### **Live Information Session:**

**Craig Wortmann** will conduct the live information session on **Tuesday, May 11, 2021** at **9:00 AM CST**.

If you would like to attend, please register for the webinar [here](#).

#### **Program Details:**



Universidad de Navarra

Sponsored ·



Descubre nuestros másteres y ¡solicita orientación sin compromiso!

**Estudiar un máster  
en España...  
Una realidad,  
tan cerca**

**Más de 50  
programas Máster en la  
Universidad de Navarra**

[Solicita Información](#)



Universidad  
de Navarra

UNAV.EDU/OFERTA-MASTERES

**Tenemos un máster para ti**

Impulsa tu futuro | Universidad de Navarra

[Learn More](#)

187

17 Comments 48 Shares

Like

Comment

Share



Antonio Montana

Como solicitar información me encantaría estudiar en algo de España

Like · Reply · 1w



Inesita Negrón Seijo  
Modalidad Online?

Like · Reply · 1w

Most Relevant is selected, so some comments may have been filtered out.

[https://mstr.unav.edu/programas-master-puerto-rico/?utm\\_medium=cpc&utm\\_source=facebook.com&utm\\_campaign=master\\_puerto\\_rico2122&fbclid=IwAR3USMQC3\\_8VqcavLHF0e5rAiJijFWyevyACvJfruGW8-g1WQmpdxPp-RSE](https://mstr.unav.edu/programas-master-puerto-rico/?utm_medium=cpc&utm_source=facebook.com&utm_campaign=master_puerto_rico2122&fbclid=IwAR3USMQC3_8VqcavLHF0e5rAiJijFWyevyACvJfruGW8-g1WQmpdxPp-RSE)

Universidad de Navarra | M' PROGRAMAS MÁSTER

## Másteres de la Universidad de Navarra

Una amplia oferta de más de 50 programas máster de diferentes áreas de conocimiento y desarrollo profesional.

Impulsa tu futuro. Tienes muchas posibilidades para desarrollarte profesionalmente.

Elige tu programa, solicita información y continúa aprendiendo.

¿Te interesa una orientación?

Contacto con José Ortíz Villeda

Nombre

Apellidos

Correo electrónico

Teléfono

Titulaciones de interés

¿Qué curso te interesa?

Nivel profesional

País

Enviar

Al enviar este formulario, da su consentimiento para que la Universidad de Navarra trate sus datos personales con la finalidad de informarle sobre su oferta educativa. Los datos serán conservados mientras no se dé de baja, y podrán comunicarse a terceros para que éstos ofrezcan servicios en nombre de la Universidad. Puede retirar su consentimiento cuando lo desee, sin que esto afecte a los tratamientos ya realizados, así como ejercer los derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición y portabilidad, entre otros que se recogen en la [Política de Privacidad de la Universidad de Navarra](#). Puede ejercer sus derechos o

email



Universidad de Navarra | M' PROGRAMAS MÁSTER

**IMIMMP**

## Solicitud de Información Recibida

Hemos recibido tu solicitud de información. ¡Muchas gracias por tu interés!

Somos conscientes de la situación de incertidumbre en la que nos encontramos debido al COVID-19. En la Universidad de Navarra estamos trabajando para que tu futuro educativo no se vea truncado. Si tienes alguna duda urgente puedes ponerte en contacto con nosotros enviando un email a [masters@unav.es](mailto:masters@unav.es).

Para adaptarnos a tu ritmo y necesidades queremos que conozcas los pasos que vamos a dar con relación a tu solicitud.



Te vamos a enviar un email con las claves del portal miUNAV, para que puedas solicitar la admisión al programa y otras gestiones.



Si no estabas en nuestro sistema, recibirás una llamada telefónica para verificar tu interés en el máster y confirmar tus datos de contacto.



El Program Manager se puede poner en contacto contigo para conocerte y resolver todas tus dudas.

Esperamos que este proceso te ayude a resolver todas tus dudas sobre el máster.

¡Muchas gracias!

<https://www.unav.edu/web/master-universitario-en-inteligencia-artificial>

The screenshot shows the homepage of the Master Universitario en Inteligencia Artificial. The header includes the University of Navarra logo and the school name 'TECNUN. ESCUELA DE INGENIERÍA'. A navigation menu contains 'Inicio', 'Presentación', 'Plan de estudios', 'Admisión', and 'Desarrollo profesional'. The main content area features a network diagram background with the text 'Campus San Sebastián' and 'Master Universitario en Inteligencia Artificial'. Three call-to-action buttons are present: 'SOLICITA INFORMACIÓN', 'ADMISIÓN', and 'DATATHON'. The footer lists program details: 'Comienzo Septiembre', '40 plazas', 'Campus de San Sebastián', 'Opción de Becas', 'Presencial y Full Time', and 'Castellano e Inglés'. A section titled 'POR QUÉ CON NOSOTROS' is partially visible at the bottom.

Universidad de Navarra

TECNUN. ESCUELA DE INGENIERÍA

Inicio Presentación Plan de estudios Admisión Desarrollo profesional

Campus San Sebastián

# Master Universitario en Inteligencia Artificial

SOLICITA INFORMACIÓN ADMISIÓN DATATHON

Comienzo Septiembre 40 plazas Campus de San Sebastián Opción de Becas Presencial y Full Time Castellano e Inglés

POR QUÉ CON NOSOTROS



# Ejemplo de lo que se puede hacer

 **Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico**  
18h · 🌐

¡En acción los teatreros! Los Pioneros del curso de Producción Técnica aplican de forma presencial lo aprendido en el curso.  
[#PionerosenelCampus](#) [#AquíSeForjanLosPioneros](#) [#PUCPR](#) [#Pioneros](#)

💙💙💙



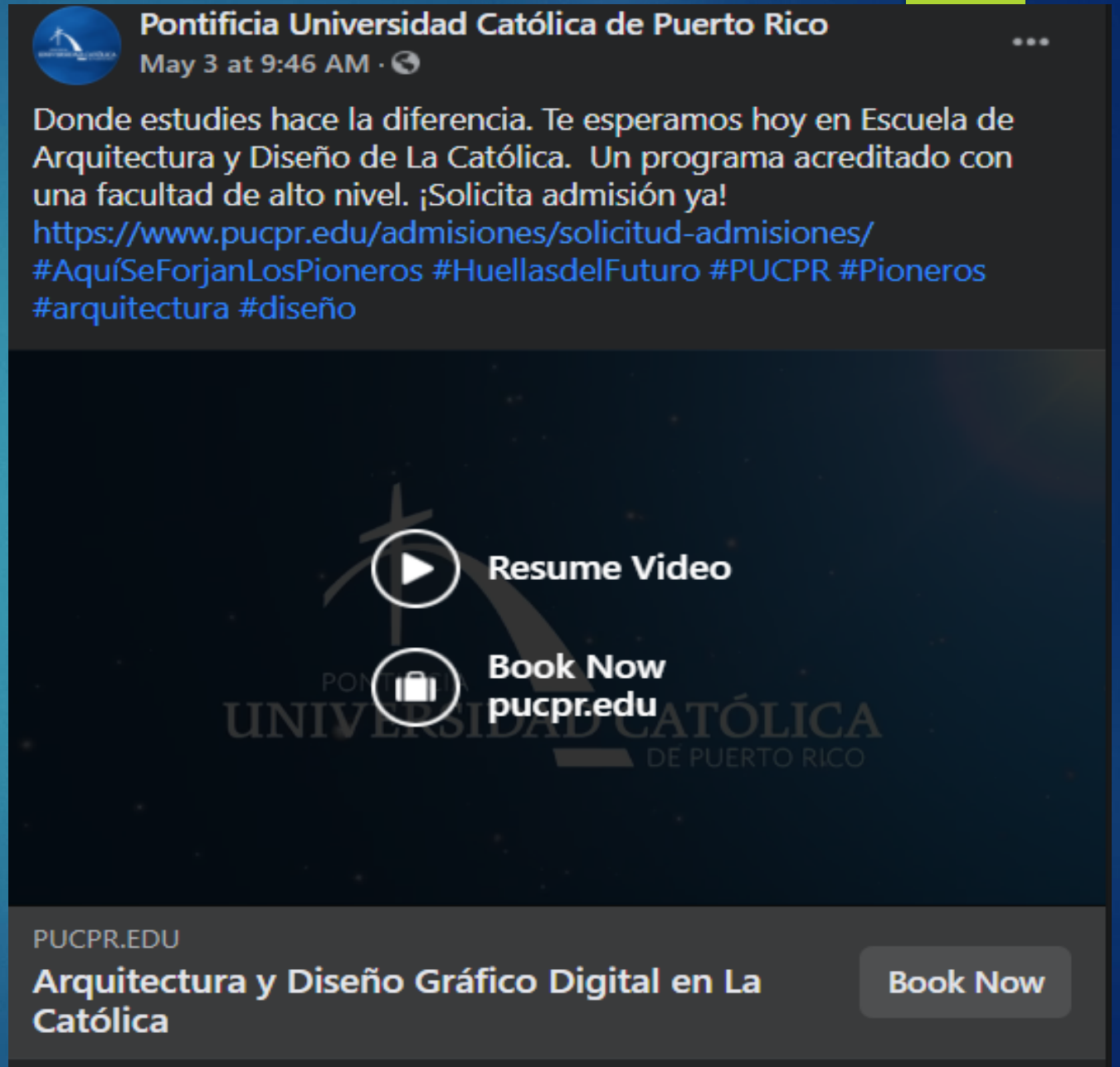
Lauryliz González  
profesora de Teatro y Artes Escénicas

👍❤️ 6      6 Shares

👍 Like      💬 Comment      ➦ Share

# Ad en Facebook


Errores




**Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico**  
May 3 at 9:46 AM · 🌐

Donde estudies hace la diferencia. Te esperamos hoy en Escuela de Arquitectura y Diseño de La Católica. Un programa acreditado con una facultad de alto nivel. ¡Solicita admisión ya!

<https://www.pucpr.edu/admisiones/solicitud-admisiones/>  
#AquíSeForjanLosPioneros #HuellasdelFuturo #PUCPR #Pioneros #arquitectura #diseño

 **Resume Video**

 **Book Now**  
**pucpr.edu**


PUCPR.EDU

**Arquitectura y Diseño Gráfico Digital en La Católica**

**Book Now**

# Landing page no apropiado


CONÓCENOS ▾ OFERTA ACADÉMICA ▾ INVESTIGACIONES ▾ **ADMISIONES ▾** OFICINAS ▾ VIDA ESTUDIANTIL ▾ PASTORAL UNIVERSITARIA ▾ ACCESO PIONERO

 *¡Vive tu futuro hoy!*

Home | Arecibo | Mayagüez | Ponce

ADMISIONES > Solicitud Admisiones

## Solicitud de Admisión



**Llena tu Solicitud de Admisión en línea**

### ¿Qué debes saber?

- Fundada 1948
- Una de 25 universidades Pontificias
- Tres recintos: Ponce, Arecibo y Mayagüez
- Más de 160 programas académicos
- Siete Facultades o Escuelas: Ciencias • Artes y Humanidades • Derecho • Arquitectura • Educación • Administración de Empresas • Estudios Graduados en Ciencias de la Conducta y Asuntos de la Comunidad
- Puedes combinar programas académicos y desarrollarse en más de un área que sean de su interés.

Tres Recintos una visión:  
Ponce  
Arecibo  
Mayagüez

Solicitud Subgraduada

Solicitud Graduada

Ofrecimientos Subgraduados

Ofrecimientos Graduados

**En La Católica te preparamos integralmente**

# Publicidad pagada

Crear audiencias con intereses:

1. Jóvenes (18-21 años)

 **The Chicago School of Professional Psychology**  
Sponsored · 

Get your degree online at The Chicago School of Professional Psychology.



THECHICAGOSCHOOL.EDU  
**Earn Your Psychology Degree Online**  
Online psychology and related behavioral health sciences offered. Change y...

[Learn More](#)

# Otros ejemplos

 **Universidad Ana G. Méndez Recinto Online**   
Sponsored · 

¿Trabajas y quieres estudiar para seguir avanzando?   
Completa un Bachillerato o Maestría 100% online. 

Programa AHORA se enfoca en estudios avanzados para el adulto profesional.

**PROGRAMA AHORA**



 **BACHILLERATO EN GERENCIA**

FORM ON FACEBOOK  
**Solicita información aquí**   
¡Estudia Online!

[Learn More](#)

# Otros ejemplos

**IMF Business School**  
Sponsored · 🌐

Aprende a gestionar empresas en el entorno cambiante y competitivo del futuro con un MBA con especialización.

💡 ¡Becas limitadas de hasta el 65%!

Elige el máster o MBA que mejor se ajuste

## FORMAMOS A LOS PROFESIONES DEL FUTURO

- ✓ Doble y triple titulación
- ✓ Titulación Oficial
- ✓ Especialízate en un sector en auge
- ✓ Becas Disponibles

**¡TE ASESORAMOS GRATIS!**



**IMF Business School**

[WWW.IMF-FORMACION.COM/](http://WWW.IMF-FORMACION.COM/)  
Impulsa tu carrera con IMF

Learn More

👍👎 10

1 Comment 1 Share



Bayamon Community College

Sponsored · 🌐



Estudia de noche desde la comodidad de tu hogar.

- ✔ Asistente de oficina Medica con Facturación
- ✔ Asistente de Contabilidad

Clases comienzan el 17 de mayo

¡Matricúlate Ya! Llámanos al 787.780.4242

ESTUDIA  
DE NOCHE  ONLINE

CLASES EMPIEZAN  
17 DE MAYO



MESENGER

Estudia Online



Send Message



Cambridge College Puerto Rico

Sponsored · 🌐



Comienza tu Maestría en Gerencia para Instituciones Privadas en Cambridge College Puerto Rico. Clases comienzan el sábado, 5 de junio de 2021.

Solicita información a través del siguiente enlace: <https://page.cambridgecollege.edu/maestrias...>  
See More



**Cambridge College**  
PUERTO RICO

## Maestría en Gerencia para Instituciones Privadas

- \* Incluye cursos de Conducta Organizacional, Manejo de Proyecto, Mercadeo y Recursos Humanos
- \* Clases remotas en sábados y domingos alternos
- \* Tareas se realizan a través de módulos a distancia
- \* Tiene una duración de un año y medio

**SOLICITA ADMISIÓN**

Clases comienzan el 5 de junio de 2021



#CAMBRIDGECOLLEGEPR





University of Chicago Booth School of Business Executive Education

April 27 at 9:15 AM · 🌐



Toma decisiones empresariales con conocimientos sólidos en finanzas y contabilidad. Aprende cómo aplicar esto en tu organización. Descubre Chicago Booth Approach to Finance.  
<https://bit.ly/3aKStjY>



[CHICAGOBOOTH.GLOBALALUMNI.ORG](https://CHICAGOBOOTH.GLOBALALUMNI.ORG)

Chicago Booth Approach to Finance - Chicago Booth

Learn More

# Marketing Strategy



Planificar



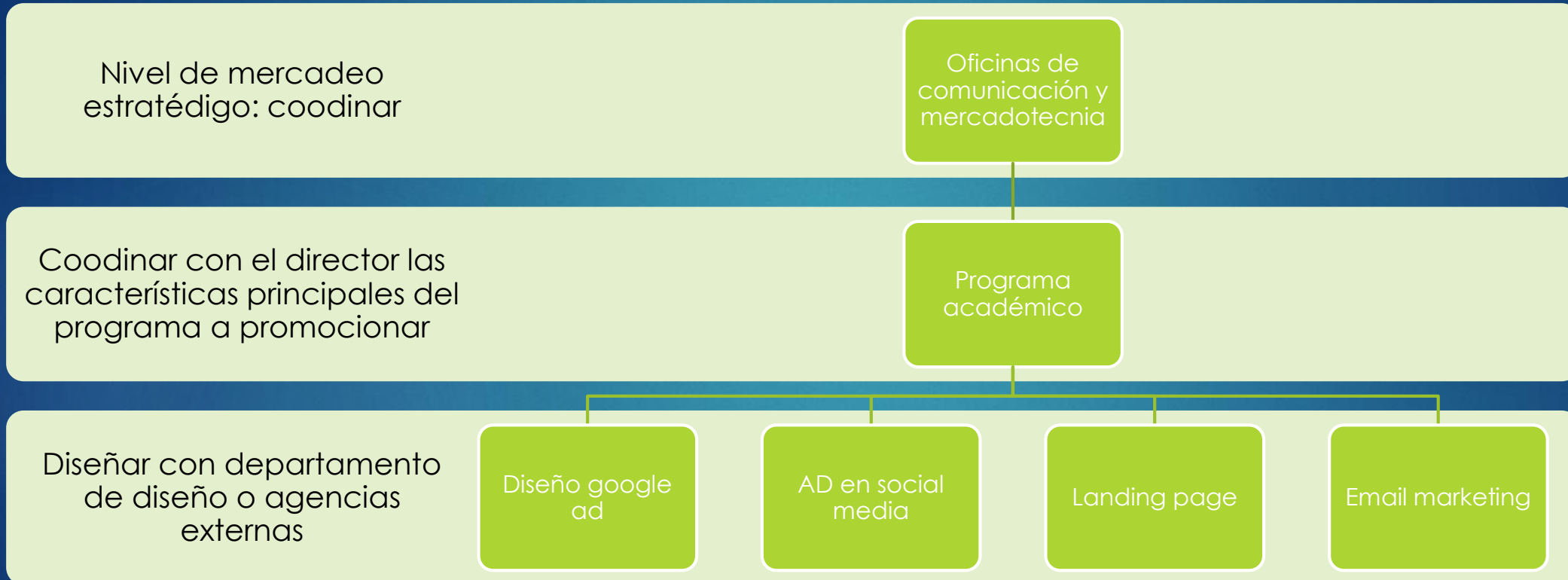
Ejecutar



Medir



# Plan para implementar





Estrategias de marketing digital que podemos analizar para el futuro.

# Influencer marketing strategy



Home > Insights > An introduction to influencer marketing for higher education

Expert Insight

# An introduction to influencer marketing for higher education

<https://eab.com/insights/expert-insight/enrollment/an-introduction-to-influencer-marketing-for-higher-education/>

# How do I find an influencer?

- ▶ Start by brainstorming the types of people you think you want as **brand ambassadors**. Some great starting points include:
  - ▶ **Lifestyle influencers** who represent your institution's local area
  - ▶ **Athletes** or superfans with a lot of team spirit
  - ▶ **Academic** thought leaders with social media presence
  - ▶ **Alumni** now leading in their post-graduation fields
  - ▶ **Current students** who have significant followings and engagement (for whatever their expertise or area of interest is)
- ▶ Carefully chosen influencers represent different facets of the community you have on campus and in your alumni networks, which helps promote brand awareness and penetration into underrepresented niche groups. Consider talking with your marketing and communications teams to explore whether influencer marketing makes sense for some of your enrollment goals this year.

<https://eab.com/insights/expert-insight/enrollment/an-introduction-to-influencer-marketing-for-higher-education/>



¡Gracias!

[FRANK\\_LOZADA@PUCPR.EDU](mailto:FRANK_LOZADA@PUCPR.EDU)