

MÁSTER UNIVERSITARIO EN LIDERAZGO Y DIRECCIÓN DE CENTROS EDUCATIVOS

| Gestión de Recursos del Centro (II): Gestión Administrativa, Económica y Comercial. El Marketing Educativo. | | | |
|--|--|----------------------------|----------------------------|
| Créditos ECTS: | 6 | | |
| Carácter | Obligatorio | | |
| Unidad temporal: | 1 asignatura en el segundo cuatrimestre. | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | | PONDERACIÓN MIN | PONDERACIÓN MAX |
| Participación del estudiante (sesiones, foros, tutorías) | | 0% | 40% |
| Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y casos | | 0% | 40% |
| Test de autoevaluación | | 0% | 40% |
| Examen final presencial | | 60% | 60% |
| COMPETENCIAS | | | |
| Básicas | Generales | Específicas | Transversales |
| CB2, CB3, CB4 | CG1, CG4, CG6 | CE3, CE5, CE8, CE15, CE16 | CT1, CT2, CT3 |
| ACTIVIDADES FORMATIVAS | | HORAS | % PRESENCIAL |
| Sesiones Presenciales Virtuales | | 15 | 100% |
| Lecciones magistrales | | 6 | 0 |
| Estudio del material básico | | 50 | 0 |
| Lectura de material complementario | | 25 | 0 |
| Trabajos, casos prácticos, test. | | 29 | 0 |
| Tutorías | | 16 | 0 |
| Trabajo colaborativo | | 7 | 0 |
| Examen final presencial | | 2 | 100% |

| | | |
|--|-----|---|
| Total | 150 | - |
| CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS | | |
| <p>Gestión de Recursos del Centro (II): Gestión Administrativa, Económica y Comercial. El Marketing Educativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Funciones directivas y de gestión específicas de un centro educativo, que capaciten para una visión y actuación integral; también de cara a proyectos innovadores que conlleven la gestión del cambio. ➤ Documentación básica relativa a tesorería y presupuestos y otros documentos contables esenciales. ➤ Incluyendo los que inciden en la gestión del tiempo y de los espacios, así como de los servicios complementarios en una institución educativa. ➤ Conceptos y elementos de márketing, de aplicación específica para la gestión de centros educativos. ➤ Herramientas y metodologías propias del márketing: diseño de estrategias eficaces para el desarrollo institucional y para la mejora del posicionamiento y la imagen de un centro educativo. ➤ Instrumentos propios de la comercialización en el marco de las instituciones educativas. | | |