

Tema 5. Estrategias y tácticas de negociación aplicadas al ámbito educativo

Introducción



La **educación** constituye la base fundamental de toda la sociedad, ya que sin ella los seres humanos no tendríamos un verdadero desarrollo, mismo que nos lleva a cumplir nuestras metas personales y profesionales.

El **Internet y la tecnología digital** han cambiado dos cosas esenciales de la vida estudiantil: la forma en que los estudiantes aprenden y la **gran oferta educativa** a la que se ven expuestos.

Por otro lado, las instituciones educativas también están en la búsqueda de nuevas tácticas para atraer posibles clientes, lo que resulta cada vez más difícil debido a la gran cantidad de competidores que existen en el mercado educativo. La clave está en atraer a los estudiantes mediante estrategias y técnicas de negociación que te permitan **captar la atención de los estudiantes y generar relaciones duraderas**.

En esta experiencia educativa aprenderás, revisarás y conocerás algunas **técnicas de negociaciones efectivas** que te permitirán desarrollar relaciones duraderas con los estudiantes, en donde ambas partes logren los objetivos deseados. Además, conocerás algunas estrategias de **marketing** educativo para mejorar la captación de alumnos.

Explicación

La transformación educativa



Según la Real Academia Española (s.f.), la educación es la "formación destinada a desarrollar la capacidad intelectual, moral y afectiva de las personas de acuerdo con la cultura y las normas de convivencia de la sociedad a la que pertenecen".

Entonces, los inicios de la transformación educativa sucedieron a partir del cambio en las metodologías docentes, por ejemplo: dar mayor o menor énfasis en el rol del docente, brindar mayor empoderamiento del alumno, diversificar el uso de materiales y recursos didácticos que se utilizan, etc., pero el mayor salto se da con la

introducción al uso de las tecnologías.

La transformación educativa ha sido vertiginosa en los últimos años, por lo que actualmente la estandarización en la educación es vista como cosa del pasado. Por ende, lo que se busca es la incorporación de **nuevos y mejores métodos de educación con base en la tecnología** que permitan a las instituciones educativas crear una oferta educativa superior. Según la UNESCO (s.f.), "las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden complementar, enriquecer y transformar la educación".

Es muy fácil perderse entre la diversidad de modalidades de educación que hoy día ofrecen las diferentes instituciones educativas. Algunas han optado por seguir uno o varios de estos modelos a la vez, con el fin de dar opciones variadas a los estudiantes, con el fin de lograr una mayor participación del mercado educativo.

Habilidades de negociación

Las instituciones educativas llevan a cabo negociaciones en donde **ofrecen a los estudiantes los beneficios que buscan** de una manera preparada y planificada, siguiendo fases de negociación que garantizan un mejor resultado. Es muy importante que mientras lo hacen se comprendan las percepciones e intereses del estudiante.

Por lo tanto, para desarrollar habilidades de negociación, es necesario reconocer los diferentes mecanismos de comunicación que se aplican a lo largo de la estructura de una negociación y su dinámica, una vez que se da la primera oferta. Por ende, reconocer el **proceso de negociación y las reglas que lo rigen** permite a las partes llegar a acuerdos que beneficien a las partes involucradas, evitando llegar a una situación de conflicto grave.

Todas **las negociaciones manejan conflictos**, ya que se defienden posiciones y se basan en intereses. Sin embargo, existe la posibilidad de ver los conflictos como algo positivo, es decir, que se supere mediante la toma de decisiones en equipo, resultando en una relación duradera entre las partes.

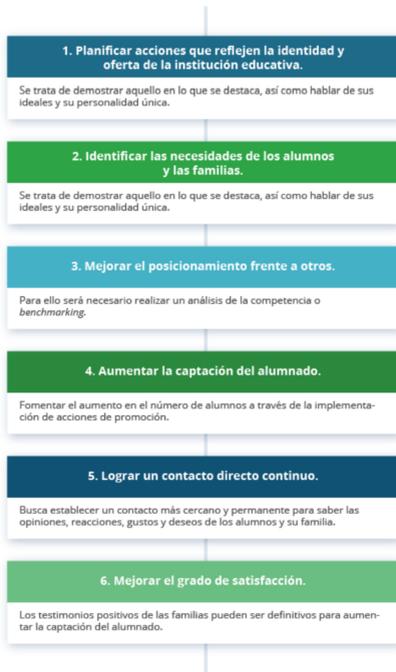
Por lo tanto, la negociación debe verse como un proceso cambiante en donde el **negociador debe estar listo para lidiar con las diferentes dinámicas** que se presenten en cada una de las fases. Asimismo, las fases de negociación se pueden clasificar de la siguiente manera:



Fuente: Fisher, R., Ury, W., y Patton, B. (2019). *Obtenga El Sí: El Arte De Negociar Sin Ceder*. España: Gestión 2000.

Marketing educativo

Ya sea en el ámbito empresarial o educativo, las negociaciones efectivas van de la mano con las estrategias de marketing. A saber, la mejor estrategia competitiva es aquella que permitirá a las instituciones educativas conseguir más y mejores prospectos, además de facilitar el acompañamiento que debe darse a los estudiantes potenciales, a través de su ruta por encontrar las mejores ofertas educativas. Las principales **estrategias competitivas para el marketing educativo** son las siguientes:



Fuente: Peiró, R. (2017). *Marketing Educativo*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/marketing-educativo.html>

Tácticas de atracción de alumnos

Según Ángel Cristóbal, consultor comercial y de marketing, las instituciones educativas que no quieran perder alumnos y quieran atraer nueva matrícula deben tener claro las siguientes premisas:



Fuente: Hint Inbound Marketing. (2019). *Aumenta la matrícula de tu escuela en 7 pasos con estas estrategias*. Recuperado de <https://www.hint.mx/blog/aumenta-la-matricula-de-tu-escuela-en-7-pasos>

Como conclusión, la clave para negociar con los futuros estudiantes radica en lo siguiente:

- Conocer a tus prospectos.
- Identificar sus necesidades e intereses.
- Guiar en la decisión de dónde estudiar y en qué modalidad.
- Brindar al futuro estudiante un servicio de calidad.
- Generar los espacios y canales apropiados.
- Brindar las herramientas que le ayuden a tomar mejores decisiones, con base en la información que le proporcionarás.



Cierre

Una estrategia de marketing educativo bien instrumentada favorece la captación de alumnos, a la vez que sostiene e incrementa el sentido de pertenencia de la comunidad escolar.

Por ende, para lograr estrategias y tácticas de negociación efectivas en el marketing educativo, es clave que diseñes una clara propuesta de valor o diferenciador, definiendo exactamente a quién dirigirás tu oferta y tomando en cuenta que el sector educativo es uno de los mercados más competitivos en la actualidad, tal y como lo han demostrado las nuevas tendencias a nivel internacional.

Checkpoints

Asegúrate de:

- Definir lo que es la educación y la importancia de la transformación educativa.
- Definir lo que es el marketing educativo.
- Conocer las estrategias competitivas en el marketing educativo.
- Explicar las tácticas para negociar con los estudiantes.

Referencias

- RAE. (s.f.). *Educación*. Recuperado de <https://dle.rae.es/educaci%C3%B3n>
- UNESCO. (s.f.). *Las TIC en la Educación*. Recuperado de <https://es.unesco.org/themes/tic-educacion>
- Fisher, R., Ury, W., y Patton, B. (2019). *Obtenga El Sí: El Arte De Negociar Sin Ceder*. España: Gestión 2000.
- Peiró, R. (2017). *Marketing Educativo*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/marketing-educativo.html>
- Hint Inbound Marketing. (2019). *Aumenta la matrícula de tu escuela en 7 pasos con estas estrategias*. Recuperado de <https://www.hint.mx/blog/aumenta-la-matricula-de-tu-escuela-en-7-pasos>

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor, la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.