ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Automatización del Marketing: Flujos, Puntuación de Contactos y Maduración de Clientes Potenciales

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Amplía tu formación con el Curso de Formación Permanente en Automatización del Marketing: Flujos, Puntuación de Contactos y Maduración de Clientes Potenciales de ICUFOR, una propuesta educativa diseñada para profesionales que buscan dominar las técnicas más avanzadas del marketing digital actual. En un entorno empresarial donde la personalización y la eficiencia determinan el éxito comercial, contar con competencias sólidas en automatización se ha convertido en un diferencial competitivo fundamental para cualquier estratega de marketing.

A lo largo de este programa, profundizarás en los fundamentos estratégicos de la automatización, explorarás las principales plataformas tecnológicas del mercado y aprenderás a diseñar flujos de trabajo efectivos que optimicen cada etapa del embudo de conversión.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos estratégicos y conceptuales de la automatización del marketing, identificando su evolución histórica, su papel dentro del marketing digital y su relación con el embudo de conversión.

Diseñar flujos de trabajo automatizados eficaces, dominando sus elementos constitutivos —disparadores, condiciones y acciones— y aplicando metodologías de diagramación, prueba y despliegue progresivo.

Elaborar estrategias de maduración de clientes potenciales (lead nurturing), diseñando campañas multicanal personalizadas y alineando contenidos específicos con cada etapa del viaje del comprador.

Analizar el ecosistema de plataformas y herramientas tecnológicas disponibles para la automatización, aplicando criterios de selección adecuados al contexto organizacional e integrando sistemas CRM y otras soluciones del stack tecnológico.

Desarrollar modelos de puntuación de contactos (lead scoring), definiendo variables, pesos y umbrales de cualificación que permitan diferenciar categorías de leads y optimizar el proceso de conversión.

Implementar un marco de medición integral del rendimiento de las automatizaciones, utilizando métricas operativas y comerciales, modelos de atribución y pruebas A/B para fundamentar la optimización continua.

Objetivos del curso

Conocer el marco normativo aplicable a la automatización del marketing, incorporando los principios del RGPD, la gestión del consentimiento y los criterios éticos de gobernanza de datos en toda práctica automatizada.

Identificar las tendencias emergentes en automatización del marketing —inteligencia artificial generativa, automatización conversacional e hiperpersonalización predictiva—, diseñando una hoja de ruta estratégica que garantice la escalabilidad organizacional.

Temario

01 Fundamentos estratégicos y conceptuales de la automatización del marketing

1.1. Definición, alcance y evolución histórica de la automatización del marketing
1.2. El papel de la automatización dentro de la estrategia de marketing digital
1.3. El embudo de conversión como marco de referencia para la automatización
1.4. Conceptos clave interrelacionados: flujos de trabajo, puntuación de contactos y maduración de leads
1.5. Alineación entre los equipos de marketing y ventas mediante la automatización

02 Plataformas tecnológicas y ecosistema de herramientas para la automatización del marketing

2.1. Panorama actual de las principales plataformas de automatización del marketing
2.2. Criterios de selección de una plataforma de automatización según el contexto organizacional
2.3. Arquitectura técnica de un sistema de automatización del marketing
2.4. Integración con sistemas CRM y otras herramientas del stack tecnológico de marketing
2.5. Gestión de bases de datos de contactos: importación, segmentación y mantenimiento
2.6. Configuración de campos personalizados, etiquetas y propiedades de contacto para la automatización

Temario

03 Diseño, construcción y gestión de flujos de trabajo automatizados

3.1. Concepto y tipología de flujos de trabajo en la automatización del marketing
3.2. Elementos constitutivos de un flujo de trabajo: disparadores, condiciones y acciones
3.3. Metodología de diseño de flujos de trabajo: del mapa conceptual a la implementación técnica
3.4. Flujos de trabajo esenciales para cada etapa del ciclo de vida del cliente
3.5. Gestión de la frecuencia, la supresión y la priorización entre flujos concurrentes
3.6. Pruebas, depuración y activación controlada de flujos de trabajo
3.7. Casos prácticos de diseño e implementación de flujos de trabajo en entornos reales

Temario

04 Puntuación de contactos (lead scoring): modelos, implementación y optimización

4.1. Fundamentos y objetivos del lead scoring en la estrategia de automatización
4.2. Tipos de modelos de puntuación de contactos según la naturaleza de los datos
4.3. Diseño de un modelo de lead scoring: selección de variables, pesos y umbrales
4.4. Implementación técnica del lead scoring en plataformas de automatización del marketing
4.5. Lead scoring predictivo: inteligencia artificial aplicada a la cualificación de contactos
4.6. Seguimiento, evaluación y optimización continua del modelo de puntuación

Temario

05 Estrategias de maduración de clientes potenciales (lead nurturing)

5.1. Concepto, propósito y principios fundamentales del lead nurturing
5.2. Mapeo del viaje del comprador (buyer's journey) como base para el diseño de la maduración
5.3. Diseño de campañas de lead nurturing multicanal
5.4. Creación de contenidos específicos para la maduración de leads en cada etapa del embudo
5.5. Estrategias avanzadas de segmentación y personalización en campañas de nurturing
5.6. Gestión de la cadencia, la frecuencia y el timing óptimo de las comunicaciones de nurturing
5.7. Indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar la eficacia del lead nurturing

Temario

06 Analítica, medición del rendimiento y optimización continua de las automatizaciones

6.1. Definición de un marco de medición integral para las estrategias de automatización
6.2. Métricas y análisis del rendimiento de flujos de trabajo, scoring y campañas de nurturing
6.3. Modelos de atribución aplicados a la automatización del marketing
6.4. Pruebas A/B y experimentación sistemática en entornos automatizados
6.5. Estrategias de optimización iterativa y elaboración de informes de resultados

07 Marco legal, escalabilidad organizacional y tendencias futuras en la automatización del marketing

7.1. Marco normativo y cumplimiento legal en la automatización del marketing
7.2. Escalabilidad de las estrategias de automatización en organizaciones en crecimiento
7.3. Tendencias emergentes y futuro de la automatización del marketing
7.4. Diseño de una hoja de ruta estratégica para la implementación integral de la automatización

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate **Más información**



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06

Contenidos actualizados

Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07

El curso, por escrito

Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08

Autónomo, pero acompañado

Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09

Enseñanza adaptada

Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10

Estudio sencillo e intuitivo

Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

