ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Captación y Fidelización de Públicos en Teatros, Museos y Espacios Culturales Municipales

6 ECTS | 150 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



Curso de Formación Permanente en Captación y Fidelización de Públicos en Teatros, Museos y Espacios Culturales Municipales de ICUFOR te ofrece una formación especializada para transformar la relación entre las instituciones culturales y sus audiencias. En un contexto donde los hábitos de consumo cultural evolucionan constantemente, los profesionales del sector necesitan dominar estrategias innovadoras que conecten con públicos diversos y consoliden comunidades comprometidas con la oferta cultural local.

A lo largo de esta formación, profundizarás en la sociología de la participación cultural, aprenderás a investigar y segmentar audiencias mediante metodologías cuantitativas y cualitativas, y diseñarás planes de marketing adaptados a las particularidades del sector público.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Analizar los fundamentos de la gestión de públicos en el ámbito cultural municipal, identificando los retos y oportunidades que condicionan la captación y fidelización de audiencias en teatros, museos y espacios culturales de proximidad.

Dominar las metodologías de investigación y las técnicas de segmentación de audiencias, aplicando herramientas cuantitativas y cualitativas para fundamentar la toma de decisiones en la gestión de públicos culturales.

Desarrollar estrategias de comunicación integral y de construcción de marca, utilizando canales offline, digitales y narrativas de conexión emocional segmentadas según los distintos perfiles de público objetivo.

Comprender los factores sociológicos que determinan la participación cultural de la ciudadanía, diferenciando tipologías, perfiles y barreras de acceso que inciden en el comportamiento de los públicos.

Diseñar planes de marketing estratégico adaptados a las particularidades de las instituciones culturales de titularidad pública, definiendo objetivos, marketing mix y criterios de asignación de recursos orientados a la ampliación y diversificación de audiencias.

Implementar estrategias digitales y tecnologías emergentes en equipamientos culturales municipales, incorporando herramientas de CRM, analítica web, redes sociales y marketing de contenidos para la captación y vinculación de audiencias.

Objetivos del curso

Elaborar programas de fidelización, experiencia del visitante y vinculación comunitaria, integrando acciones de mediación cultural, membresía, cocreación y desarrollo sostenible de audiencias a medio y largo plazo con criterios de accesibilidad e inclusión.

Definir sistemas de evaluación y medición de resultados en la gestión de públicos culturales, aplicando indicadores clave de rendimiento y metodologías de mejora continua basadas en evidencias para optimizar las estrategias de captación y fidelización.

Temario

01 Fundamentos de la gestión de públicos en el contexto cultural municipal

1.1. Marco conceptual de la gestión de públicos en el ámbito cultural contemporáneo
1.2. Evolución histórica de las políticas de público en las instituciones culturales
1.3. El ecosistema cultural municipal: teatros, museos y otros equipamientos de proximidad
1.4. Retos y oportunidades actuales en la captación y fidelización de públicos culturales

02 Sociología de la participación cultural y comportamiento de los públicos

2.1. Teorías sociológicas sobre la participación y el consumo cultural
2.2. Tipologías y perfiles de públicos en el sector cultural
2.3. Factores determinantes de la asistencia a espacios culturales
2.4. Tendencias actuales en los hábitos de consumo cultural de la ciudadanía
2.5. El ciclo de vida del espectador y visitante y su relación con las estrategias de fidelización

Temario

03 Investigación, análisis y segmentación de audiencias culturales

3.1. Fundamentos de la investigación de audiencias aplicada al sector cultural
3.2. Metodologías cuantitativas para el estudio de públicos culturales
3.3. Metodologías cualitativas para la comprensión profunda de las audiencias
3.4. Estrategias de segmentación de audiencias en el contexto cultural
3.5. Fuentes de datos secundarios y estudios de referencia sobre públicos culturales en España
3.6. Técnicas de integración y triangulación de datos cuantitativos y cualitativos
3.7. Interpretación y visualización de datos para la toma de decisiones en gestión de públicos

Temario

04 Planificación estratégica de marketing para instituciones culturales municipales

4.1. Principios del marketing aplicado al sector cultural de titularidad pública
4.2. Diagnóstico estratégico del entorno y del equipamiento cultural
4.3. Definición de objetivos estratégicos y operativos de captación y fidelización de públicos
4.4. Diseño del plan de marketing cultural: estructura, componentes y proceso de elaboración
4.5. El marketing mix adaptado a las particularidades de teatros, museos y espacios culturales
4.6. Presupuestación y criterios de asignación de recursos en el plan de marketing cultural
4.7. Cronogramas de implementación, asignación de responsabilidades y mecanismos de seguimiento

Temario

05 Estrategias de comunicación y construcción de marca para espacios culturales

5.1. Identidad de marca y posicionamiento estratégico de los equipamientos culturales municipales
5.2. Diseño del plan de comunicación integral para espacios culturales
5.3. Comunicación offline: relaciones con medios, publicidad local y presencia en el espacio público
5.4. Storytelling y construcción de narrativas como herramientas de conexión emocional con los públicos
5.5. Estrategias de comunicación segmentada según perfiles de público objetivo
5.6. Comunicación interna y formación del personal de atención al público como embajadores de marca

Temario

06 Estrategias digitales y nuevas tecnologías para la captación y vinculación de audiencias

6.1. Transformación digital de los equipamientos culturales municipales: diagnóstico y planificación
6.2. Diseño y gestión de la presencia web de teatros, museos y espacios culturales
6.3. Estrategias en redes sociales para la captación, el engagement y la fidelización de públicos
6.4. Email marketing y CRM como herramientas de relación directa y personalizada con el público
6.5. Publicidad digital y estrategias de captación online de nuevos públicos
6.6. Marketing de contenidos y narrativas digitales para espacios culturales
6.7. Analítica digital y medición de resultados en canales online
6.8. Tecnologías emergentes aplicadas a la mejora de la experiencia cultural

Temario

07 Diseño de la experiencia del visitante y programación cultural orientada a públicos

7.1. Fundamentos del diseño de experiencias culturales significativas y memorables
7.2. Mapeo del recorrido del público: del primer contacto hasta la fase de posventa
7.3. Programación cultural estratégica orientada a la diversificación y ampliación de audiencias
7.4. Diseño de servicios complementarios, espacios de acogida y ambientes de hospitalidad cultural
7.5. Mediación cultural y actividades educativas como herramientas de desarrollo de públicos
7.6. La atención al público y la calidad del servicio como factores determinantes de la experiencia cultural

Temario

08 Estrategias de fidelización, vinculación comunitaria y desarrollo sostenible de audiencias

8.1. Fundamentos de la fidelización de públicos en el contexto cultural
8.2. Programas de abono, membresía y suscripción en teatros y museos municipales
8.3. Programas de fidelización basados en beneficios, recompensas e incentivos progresivos
8.4. Creación y gestión de comunidades de públicos en torno al equipamiento cultural
8.5. Alianzas con agentes locales para la ampliación y diversificación de las bases de público
8.6. Estrategias de desarrollo de audiencias (audience development) a medio y largo plazo
8.7. Gestión de la relación posventa, seguimiento personalizado y recuperación de públicos inactivos

Temario

09 Accesibilidad, inclusión y diversificación de públicos en espacios culturales municipales

9.1. Marco conceptual y normativo de la accesibilidad y la inclusión cultural
9.2. Dimensiones de la accesibilidad en equipamientos culturales
9.3. Diversidad cultural y programación intercultural como herramientas de inclusión y cohesión social
9.4. Estrategias de captación de públicos tradicionalmente excluidos o infrarrepresentados
9.5. Evaluación del impacto de las políticas de accesibilidad e inclusión sobre la composición de los públicos

10 Evaluación, medición de resultados y mejora continua en las estrategias de gestión de públicos

10.1. Fundamentos y principios de la evaluación en la gestión de públicos culturales
10.2. Definición de indicadores clave de rendimiento (KPI) para la captación y fidelización
10.3. Herramientas y sistemas de medición para equipamientos culturales municipales
10.4. Benchmarking y análisis comparativo con otros equipamientos culturales de referencia
10.5. Diseño e implementación de planes de mejora continua basados en evidencias

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 6 créditos ECTS y 150 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

