ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Marketing de Servicios: Calidad Percibida, Experiencia y Fidelización

2 ECTS | 50 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 Marketing de Servicios: Calidad Percibida, Experiencia y Fidelización de ICUFOR te permitirá dominar las competencias esenciales para gestionar servicios de manera estratégica en un mercado cada vez más competitivo. En la economía actual, donde los servicios representan el motor principal del crecimiento empresarial, comprender cómo perciben los clientes la calidad y cómo construir relaciones duraderas con ellos se ha convertido en una ventaja diferencial imprescindible para cualquier profesional del área.

Duración
50 horas

Créditos
2 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos del marketing de servicios, identificando sus características diferenciales y las implicaciones estratégicas del modelo ampliado de las 7P en la propuesta de valor.

Dominar los principales modelos teóricos de evaluación de la calidad percibida, distinguiendo las dimensiones, los protocolos de aplicación y las limitaciones de instrumentos como SERVQUAL, SERVPERF y el modelo de brechas.

Elaborar mapas del recorrido del cliente (customer journey), identificando los puntos de contacto, los momentos de la verdad y las oportunidades de mejora experiencial mediante técnicas de Service Design Thinking y blueprinting.

Desarrollar programas de fidelización efectivos y sostenibles, fundamentando su diseño en la cadena calidad percibida–satisfacción–confianza–compromiso relacional y evaluando su retorno de inversión mediante indicadores clave.

Analizar el comportamiento del consumidor en mercados de servicios, diferenciando los factores cognitivos, emocionales y situacionales que intervienen en la formación de expectativas y en la toma de decisiones de compra.

Diseñar sistemas de medición de la calidad del servicio, aplicando instrumentos cuantitativos, cualitativos y herramientas digitales orientados a la identificación y el cierre de brechas en los procesos de prestación.

Implementar estrategias omnicanal de gestión de la experiencia, integrando canales físicos y digitales para garantizar la consistencia de marca y la personalización basada en datos.

Aplicar los principios del marketing relacional y del CRM estratégico, utilizando la segmentación avanzada, la gestión del valor del ciclo de vida del cliente y las estrategias de recuperación del servicio como palancas de retención y lealtad.

Temario

01 Fundamentos del marketing de servicios y su diferenciación estratégica

1.1. Concepto, evolución y relevancia del marketing de servicios en la economía actual
1.2. Características diferenciales de los servicios frente a los productos tangibles
1.3. El modelo ampliado de marketing mix en servicios: las 7P
1.4. El comportamiento del consumidor en los mercados de servicios

02 Calidad percibida en los servicios: modelos de evaluación, medición y gestión estratégica

2.1. Conceptualización de la calidad del servicio y su dimensión perceptiva
2.2. Modelos teóricos de referencia para la evaluación de la calidad del servicio
2.3. Instrumentos y metodologías para la medición de la calidad percibida
2.4. Identificación y cierre de brechas de calidad en los procesos internos de prestación del servicio
2.5. El papel de los empleados de contacto en la construcción de la percepción de calidad
2.6. La relación entre calidad percibida, satisfacción del cliente y valor percibido como constructos interrelacionados
2.7. Sistemas de gestión de la calidad y estándares normativos aplicados al sector servicios

Temario

03 Diseño y gestión de la experiencia del cliente en entornos de servicio

3.1. Fundamentos conceptuales de la experiencia del cliente (Customer Experience)
3.2. El customer journey como herramienta estratégica de análisis y diseño experiencial
3.3. La omnicanalidad como factor clave en la experiencia del cliente contemporáneo
3.4. Gestión emocional de la experiencia y su influencia en la percepción y el posicionamiento de marca
3.5. Métricas y sistemas de evaluación de la experiencia del cliente

Temario

04 Estrategias de fidelización y retención del cliente en mercados de servicios

4.1. Marco conceptual de la fidelización: dimensiones actitudinal y comportamental de la lealtad
4.2. Relación entre calidad percibida, satisfacción, confianza y compromiso relacional como cadena de efectos hacia la lealtad
4.3. Diseño e implementación de programas de fidelización efectivos y sostenibles
4.4. Marketing relacional y CRM como pilares de la estrategia de retención
4.5. Gestión de la recuperación del servicio y su impacto en la fidelización del cliente
4.6. Indicadores clave de rendimiento y tendencias emergentes en fidelización

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 2 créditos ECTS y 50 horas.

Certificados de ICUFOR

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



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

