ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Marketing para Entidades Culturales, Deportivas y Educativas

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



Especialízate con el Curso de Formación Permanente en Marketing para Entidades Culturales, Deportivas y Educativas de ICUFOR, una propuesta formativa diseñada para profesionales que buscan transformar la gestión comunicativa de organizaciones con impacto social. En un contexto donde museos, clubes deportivos, universidades y centros formativos compiten por captar y fidelizar audiencias cada vez más exigentes, dominar las estrategias de marketing específicas para este sector se convierte en una competencia diferencial imprescindible.

A través de este programa, profundizarás en los fundamentos del marketing relacional y experiencial aplicado al ámbito institucional, aprenderás a realizar investigaciones de mercado orientadas a públicos diversos y desarrollarás planes estratégicos alineados con la misión de cada organización.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos del marketing institucional, diferenciando sus características específicas frente al marketing empresarial y distinguiendo las tipologías aplicables a entidades culturales, deportivas y educativas.

Diseñar planes de marketing estratégico, integrando objetivos SMART, marketing mix adaptado, identidad de marca y posicionamiento diferenciado en organizaciones del sector.

Identificar estrategias de marketing especializadas para el ámbito cultural, analizando modelos de desarrollo de audiencias, patrocinio, mecenazgo y turismo cultural aplicados a museos, teatros y espacios patrimoniales.

Implementar sistemas de medición y evaluación del rendimiento de las acciones de marketing, seleccionando indicadores clave de rendimiento (KPI) y elaborando cuadros de mando para la optimización continua de las estrategias.

Aplicar métodos de investigación de mercados cualitativa y cuantitativa, utilizando herramientas de análisis estratégico para la segmentación de públicos y la toma de decisiones en el ámbito institucional.

Dominar las herramientas de marketing digital y comunicación online, desarrollando estrategias de contenidos, redes sociales, email marketing y publicidad digital orientadas a entidades institucionales.

Desarrollar estrategias de captación, fidelización y generación de ingresos en entidades deportivas y educativas, aplicando técnicas de membresía, patrocinio deportivo, marketing de admisiones y gestión de comunidades alumni.

Incorporar principios éticos y normativos en la práctica del marketing institucional, identificando las responsabilidades hacia los distintos grupos de interés y las tendencias emergentes del sector.

Temario

01 Fundamentos del marketing aplicado a organizaciones culturales, deportivas y educativas

1.1. Concepto y evolución histórica del marketing en el ámbito institucional
1.2. Características diferenciales del marketing en entidades culturales, deportivas y educativas frente al marketing empresarial
1.3. Tipologías de marketing relevantes para el sector institucional
1.4. Marco normativo y principios éticos del marketing en entidades públicas e institucionales
1.5. Identificación y gestión de los grupos de interés (stakeholders) en el entorno institucional

Temario

02 Investigación de mercados y análisis estratégico en el ámbito institucional

2.1. Fundamentos de la investigación de mercados orientada a entidades no lucrativas e institucionales
2.2. Métodos de investigación cualitativa para la comprensión de audiencias y participantes
2.3. Métodos de investigación cuantitativa para la segmentación y la toma de decisiones
2.4. Herramientas de análisis estratégico aplicadas al entorno institucional
2.5. Segmentación de públicos y definición de perfiles de audiencia en organizaciones institucionales
2.6. Análisis competitivo y benchmarking en el sector cultural, deportivo y educativo

Temario

03 Planificación estratégica de marketing, identidad de marca y posicionamiento

3.1. El plan de marketing como herramienta de gestión estratégica en entidades institucionales
3.2. Definición de objetivos de marketing: metodología SMART aplicada al sector institucional
3.3. Estrategias de marketing mix adaptadas a entidades culturales, deportivas y educativas
3.4. Construcción y gestión de la identidad de marca en organizaciones institucionales
3.5. Posicionamiento estratégico y diferenciación en mercados institucionales
3.6. Comunicación institucional y relaciones con los medios
3.7. Presupuestación del plan de marketing y asignación de recursos en entidades con financiación limitada
3.8. Cronograma de implementación y gestión de proyectos de marketing institucional

Temario

04 Marketing digital y estrategias de comunicación online para entidades institucionales

4.1. El ecosistema digital y su relevancia estratégica para entidades culturales, deportivas y educativas
4.2. Diseño y gestión de sitios web institucionales orientados al usuario
4.3. Estrategias de gestión de redes sociales para organizaciones del sector cultural, deportivo y educativo
4.4. Marketing de contenidos y storytelling aplicado a la comunicación institucional
4.5. Email marketing y automatización de comunicaciones para la fidelización de públicos
4.6. Publicidad digital y campañas de pago para la captación de audiencias y la difusión de actividades
4.7. Reputación online y gestión de la comunicación digital en situaciones de crisis institucional

Temario

05 Estrategias de marketing especializadas para entidades culturales y del patrimonio

5.1. Particularidades del marketing en el sector cultural: museos, teatros, bibliotecas y espacios patrimoniales
5.2. Desarrollo de audiencias y captación de nuevos públicos en instituciones culturales
5.3. Marketing de eventos culturales: festivales, exposiciones, ciclos escénicos y temporadas artísticas
5.4. Patrocinio, mecenazgo y alianzas estratégicas en el ámbito cultural
5.5. Turismo cultural y marketing de destinos patrimoniales
5.6. Análisis de casos de éxito y buenas prácticas de marketing en entidades culturales nacionales e internacionales

Temario

06 Estrategias de marketing especializadas para entidades deportivas y educativas

6.1. Particularidades del marketing en organizaciones deportivas: clubes, federaciones e instalaciones
6.2. Estrategias de captación, retención y fidelización de socios y practicantes deportivos
6.3. Patrocinio deportivo y generación de ingresos comerciales complementarios
6.4. Particularidades del marketing en instituciones educativas: centros formativos, universidades y academias
6.5. Estrategias de captación de alumnado y posicionamiento en el mercado educativo
6.6. Fidelización, engagement y gestión de la comunidad de antiguos alumnos (alumni)
6.7. Sinergias y estrategias transversales de colaboración entre entidades culturales, deportivas y educativas

Temario

07 Medición, evaluación y optimización de las estrategias de marketing institucional

7.1. La cultura de datos y la importancia de la medición en entidades culturales, deportivas y educativas
7.2. Definición y selección de indicadores clave de rendimiento (KPI) para el marketing institucional
7.3. Herramientas de analítica y evaluación del rendimiento de las acciones de marketing
7.4. Procesos de mejora continua y optimización iterativa de las estrategias de marketing
7.5. Tendencias emergentes y desafíos futuros del marketing en el sector cultural, deportivo y educativo

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

