ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Marketing Relacional y Programas de Fidelización

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 nuestro Curso de Formación Permanente en Marketing Relacional y Programas de Fidelización, diseñado para profesionales que desean dominar las estrategias más efectivas para construir relaciones duraderas con los clientes. En un entorno empresarial donde la retención supera en rentabilidad a la captación, comprender cómo generar vínculos basados en la confianza y el valor compartido se ha convertido en una competencia diferenciadora e imprescindible.

A lo largo de esta formación, profundizarás en los fundamentos del marketing relacional, aprenderás a segmentar clientes mediante modelos avanzados como el RFM y el Customer Lifetime Value, y dominarás el diseño estratégico de programas de fidelización eficaces.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos teóricos del marketing relacional, diferenciando su alcance frente al enfoque transaccional y otros paradigmas comerciales.

Diseñar programas de fidelización integrales, definiendo tipologías, mecánicas de recompensa, estructuras de niveles y estrategias de gamificación alineadas con la propuesta de valor de la organización.

Desarrollar estrategias de comunicación relacional y gestión de la experiencia del cliente, integrando técnicas de personalización multicanal, marketing de contenidos y programas de escucha activa orientados a la construcción de vínculos duraderos.

Analizar el comportamiento del cliente y su valor estratégico, aplicando modelos de segmentación avanzada, cálculo del Customer Lifetime Value y técnicas de detección de patrones de consumo.

Dominar las herramientas tecnológicas y los sistemas CRM necesarios para la gestión relacional, identificando criterios de selección, procesos de implementación y estrategias de automatización e inteligencia artificial aplicadas a la fidelización.

Aplicar indicadores clave de rendimiento y técnicas de experimentación, construyendo cuadros de mando que permitan medir, analizar y optimizar de forma continua la estrategia relacional y el programa de fidelización.

Objetivos del curso

Distinguir las particularidades sectoriales del marketing relacional y las tendencias emergentes, relacionando las adaptaciones estratégicas en entornos B2B y B2C con los factores de éxito identificados en casos de referencia nacionales e internacionales.

Elaborar un proyecto integrador de fidelización, articulando de forma coherente el diagnóstico, el diseño estratégico, la planificación económica y el plan de lanzamiento del programa.

Temario

01 Fundamentos teóricos y evolución del marketing relacional

1.1. Del marketing transaccional al marketing relacional: evolución del paradigma comercial
1.2. Definición, principios y alcance del marketing relacional en el contexto empresarial actual
1.3. Marcos teóricos fundamentales que sustentan el enfoque relacional
1.4. El ciclo de vida de la relación con el cliente y la implantación de una cultura relacional en la organización

02 Conocimiento profundo del cliente: segmentación, datos y comportamiento de compra

2.1. La orientación al cliente como eje vertebrador de la estrategia relacional
2.2. Fuentes de información y métodos de captación de datos del cliente
2.3. Construcción del perfil integral del cliente y creación de buyer personas relacionales
2.4. Modelos de segmentación avanzada orientados a la fidelización
2.5. Análisis del comportamiento de compra y detección de patrones de consumo
2.6. El valor de vida del cliente (Customer Lifetime Value) como métrica estratégica
2.7. Marco normativo y dimensión ética en la gestión de datos del cliente

Temario

03 Diseño estratégico de programas de fidelización

3.1. Concepto, objetivos y tipología de los programas de fidelización
3.2. Análisis del entorno competitivo y diagnóstico previo al diseño del programa
3.3. Definición de la propuesta de valor del programa: beneficios funcionales, emocionales y sociales
3.4. Mecánicas de acumulación, canje y caducidad de recompensas
3.5. Gamificación aplicada a los programas de fidelización
3.6. Integración del programa de fidelización en la estrategia omnicanal de la empresa
3.7. Planificación económica y financiera del programa: costes, provisiones y rentabilidad esperada
3.8. Errores frecuentes en el diseño de programas y factores de fracaso

Temario

04 Herramientas tecnológicas y sistemas CRM para la gestión relacional

4.1. El papel de la tecnología como habilitador de la estrategia de marketing relacional
4.2. Sistemas CRM: definición, arquitectura funcional y tipologías principales
4.3. Implementación de un sistema CRM: fases, requisitos y gestión del cambio organizacional
4.4. Plataformas especializadas en gestión de programas de fidelización (loyalty platforms)
4.5. Automatización del marketing relacional y visión unificada del cliente
4.6. Inteligencia artificial y machine learning aplicados a la fidelización

Temario

05 Comunicación relacional y gestión de la experiencia del cliente

5.1. Principios de la comunicación relacional: relevancia, personalización y momento adecuado
5.2. Estrategia de contacto multicanal orientada a la construcción de vínculos duraderos
5.3. Marketing de contenidos al servicio de la fidelización y el engagement
5.4. Diseño y gestión de la experiencia del cliente (Customer Experience Management)
5.5. Gestión de la voz del cliente: encuestas, feedback y programas de escucha activa
5.6. Gestión de quejas, reclamaciones y situaciones de crisis en la relación con el cliente
5.7. El papel del empleado como embajador de la relación: employee engagement y cultura de servicio

Temario

06 Medición, análisis y optimización de la estrategia relacional y de fidelización

6.1. Definición del cuadro de mando integral para marketing relacional y programas de fidelización
6.2. Indicadores clave de rendimiento (KPI) del programa de fidelización
6.3. Análisis avanzado del rendimiento relacional y del programa de fidelización
6.4. Técnicas de experimentación y test A/B aplicadas a programas de fidelización
6.5. Reporting, visualización de datos y procesos de mejora continua

07 Aplicación sectorial, tendencias emergentes y casos de éxito en fidelización

7.1. Particularidades del marketing relacional y la fidelización en sectores clave
7.2. Marketing relacional en entornos B2B: adaptaciones estratégicas y programas de partner loyalty
7.3. Tendencias emergentes que están transformando la fidelización del cliente
7.4. Análisis detallado de casos de éxito internacionales y nacionales
7.5. Diseño de un proyecto integrador: creación de un programa de fidelización desde el diagnóstico hasta el plan de lanzamiento

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

