ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Marketing Territorial y Marca Ciudad: Promoción de Municipios y Comarcas

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 Marketing Territorial y Marca Ciudad: Promoción de Municipios y Comarcas de ICUFOR, una propuesta académica diseñada para profesionales que desean liderar estrategias de posicionamiento y desarrollo local. En un contexto donde los territorios compiten por atraer inversiones, talento y visitantes, contar con conocimientos especializados en esta disciplina se convierte en una ventaja diferencial para impulsar el crecimiento sostenible de municipios y comarcas.

A lo largo de esta formación, profundizarás en los fundamentos del marketing aplicado al territorio, aprenderás a realizar diagnósticos estratégicos y dominarás el proceso de construcción y gestión de marcas territoriales sólidas.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos teóricos y conceptuales del marketing territorial y la marca ciudad, identificando su origen, evolución histórica y marcos de referencia aplicados a municipios y comarcas.

Diseñar y gestionar marcas territoriales de forma integral, desarrollando sus elementos constitutivos —visuales, verbales y narrativos— y articulando modelos de gobernanza, co-creación y revitalización de marca.

Incorporar la innovación tecnológica al marketing territorial, implementando herramientas de analítica de datos, inteligencia artificial, realidad aumentada y plataformas digitales para la toma de decisiones y la mejora de la experiencia del usuario.

Dominar las herramientas de análisis estratégico territorial, aplicando técnicas de diagnóstico, segmentación de públicos y definición del posicionamiento diferenciador del territorio.

Elaborar estrategias de comunicación y promoción para municipios y comarcas, utilizando canales institucionales, digitales y experienciales adaptados a cada audiencia objetivo.

Diferenciar los ámbitos sectoriales de aplicación del marketing territorial, relacionando las estrategias de promoción turística, atracción de inversiones, captación de talento, impulso de productos locales y capitalización del patrimonio cultural con una visión integrada del desarrollo local.

Objetivos del curso

Saber llevar a cabo la planificación integral de un plan de marketing territorial, definiendo sus fases, presupuesto, modelos de financiación y mecanismos de gobernanza participativa.

Evaluar la eficacia de las acciones de marketing territorial, aplicando sistemas de indicadores cuantitativos y cualitativos y analizando casos de referencia nacionales e internacionales para extraer lecciones transferibles.

Temario

01 Fundamentos teóricos y conceptuales del marketing territorial y la marca ciudad

1.1. Origen y evolución histórica del marketing aplicado al territorio
1.2. Marcos teóricos fundamentales para la comprensión del marketing de territorios
1.3. Concepto de marca ciudad y marca territorial: naturaleza, funciones y tipologías
1.4. El territorio como producto y los agentes del marketing territorial

02 Análisis estratégico del territorio: diagnóstico, identidad y posicionamiento

2.1. El proceso de análisis estratégico territorial como base del plan de marketing
2.2. Análisis del entorno externo: tendencias, oportunidades y amenazas para municipios y comarcas
2.3. Análisis interno del territorio: recursos, capacidades y debilidades
2.4. Herramientas metodológicas para el diagnóstico estratégico territorial
2.5. Construcción de la identidad territorial: valores, atributos y elementos diferenciadores
2.6. Definición del posicionamiento estratégico del territorio en el mercado
2.7. Segmentación de públicos objetivo del territorio

Temario

03 Diseño, construcción y gestión estratégica de la marca ciudad y la marca territorial

3.1. El proceso integral de creación de una marca territorial: fases y principios rectores
3.2. Arquitectura de marca territorial: modelos y decisiones estructurales
3.3. Desarrollo de los elementos constitutivos de la marca territorial
3.4. Storytelling territorial y construcción del relato identitario
3.5. El brand book territorial: manual de identidad y guía de aplicación de la marca
3.6. Gestión estratégica de la marca territorial a medio y largo plazo
3.7. Co-creación de la marca con los grupos de interés del territorio
3.8. Revitalización y reposicionamiento de marcas territoriales existentes

Temario

04 Estrategias de comunicación y promoción de municipios y comarcas

4.1. Planificación estratégica de la comunicación territorial: objetivos, mensajes y audiencias
4.2. Comunicación institucional y relaciones públicas en el ámbito territorial
4.3. Estrategias de comunicación digital para la promoción del territorio
4.4. Campañas publicitarias para la promoción de municipios y comarcas
4.5. Marketing experiencial y sensorial aplicado al territorio
4.6. El papel de los influencers, creadores de contenido y líderes de opinión en la promoción territorial
4.7. Comunicación de crisis en el ámbito territorial: prevención, gestión y recuperación reputacional

Temario

05 Marketing territorial digital, innovación tecnológica y herramientas aplicadas

5.1. Transformación digital del marketing territorial: oportunidades y desafíos para municipios y comarcas
5.2. Plataformas y herramientas digitales para la gestión del marketing del territorio
5.3. Big data, inteligencia de datos y sistemas de información geográfica aplicados al territorio
5.4. Smart cities y territorios inteligentes como marco de innovación en marketing local
5.5. Inteligencia artificial, realidad aumentada y tecnologías emergentes para la experiencia territorial

Temario

06 Ámbitos sectoriales de aplicación del marketing territorial: turismo, inversión, talento y desarrollo local

6.1. Marketing turístico territorial: estrategias de promoción y gestión de destinos
6.2. Atracción de inversiones y captación empresarial mediante el marketing territorial
6.3. Atracción y retención de talento como eje estratégico del marketing territorial
6.4. Marketing territorial para la promoción de productos locales y denominaciones de origen
6.5. Marketing territorial y cultura: capitalización del patrimonio cultural e industrias creativas
6.6. Coordinación intersectorial y visión integrada del marketing territorial

Temario

07 Planificación integral, evaluación de resultados y estudio de casos de referencia en marketing territorial

7.1. Elaboración del plan de marketing territorial integral: estructura, contenidos y metodología
7.2. Gobernanza participativa del marketing territorial: modelos organizativos y liderazgo institucional
7.3. Sistemas de seguimiento, medición y evaluación de la eficacia del marketing territorial
7.4. Análisis de casos de referencia nacionales e internacionales
7.5. Tendencias emergentes y prospectiva del marketing territorial

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

