ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Marketing y Comunicación de Entidades Deportivas: Redes Sociales, Marca y Fidelización de Socios

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



Especialízate con este programa de ICUFOR diseñado para profesionales que desean dominar las estrategias de comunicación y marketing en el dinámico sector deportivo. La industria del deporte ha experimentado una transformación digital sin precedentes, convirtiendo a los clubes y entidades en verdaderas marcas globales que requieren profesionales capacitados para conectar emocionalmente con millones de aficionados.

A lo largo de esta formación, profundizarás en los fundamentos del branding deportivo, aprenderás a construir identidades de marca sólidas y descubrirás cómo gestionar la reputación corporativa en un entorno altamente competitivo. Dominarás la planificación estratégica de redes sociales, la creación de contenidos audiovisuales impactantes y las técnicas de community management específicas del ámbito deportivo.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos del marketing deportivo, identificando las particularidades del producto deportivo, el comportamiento del consumidor y las tendencias de transformación digital del sector.

Dominar los principios del branding deportivo, aplicando estrategias de construcción de identidad de marca, posicionamiento y gestión de la reputación corporativa.

Desarrollar planes de gestión de redes sociales y creación de contenidos digitales, utilizando las plataformas y herramientas adecuadas para maximizar el engagement de la comunidad deportiva.

Conocer las estrategias de patrocinio y monetización de la marca deportiva, identificando los modelos de comercialización, activación de alianzas y nuevas vías de ingresos digitales.

Analizar el ecosistema de las entidades deportivas, diferenciando sus tipologías, modelos de negocio, fuentes de ingresos y mapa de stakeholders.

Diseñar estrategias de comunicación integral para entidades deportivas, integrando canales offline y online, relaciones con medios y técnicas de storytelling.

Elaborar programas de fidelización de socios y abonados, implementando estrategias de captación, retención y personalización basadas en CRM y análisis de datos de comportamiento.

Aplicar herramientas de analítica y métricas de rendimiento, diseñando un plan integral de marketing y comunicación para una entidad deportiva real o simulada.

Temario

01 Fundamentos del marketing deportivo y la comunicación en entidades deportivas

1.1. Evolución histórica del marketing aplicado al sector deportivo
1.2. Conceptos clave y particularidades del marketing en el ámbito deportivo
1.3. El consumidor deportivo: tipologías, motivaciones y comportamiento de compra
1.4. Marco regulatorio y normativo aplicable a la comunicación y el marketing deportivo
1.5. Tendencias actuales y transformación digital en el marketing deportivo

02 El ecosistema de las entidades deportivas: stakeholders, modelos de negocio y estructura organizativa

2.1. Tipología de entidades deportivas: clubes, federaciones, ligas y sociedades anónimas deportivas
2.2. Modelos de negocio y fuentes de ingresos en las entidades deportivas contemporáneas
2.3. Mapa de stakeholders y su influencia en la estrategia de comunicación
2.4. Estructura organizativa del departamento de marketing y comunicación y su relación con el área deportiva

Temario

03 Identidad e imagen de marca en el deporte: construcción y gestión del branding deportivo

3.1. Fundamentos del branding aplicados a las entidades deportivas
3.2. Construcción de la identidad de marca en entidades deportivas
3.3. Arquitectura de marca en entidades deportivas con múltiples secciones o filiales
3.4. Posicionamiento de marca y diferenciación competitiva en el mercado deportivo
3.5. Gestión de la reputación corporativa y comunicación de crisis en el deporte
3.6. Marca personal de deportistas y su relación con la marca institucional
3.7. Co-branding y extensiones de marca en el ámbito deportivo

Temario

04 Estrategia de comunicación integral en entidades deportivas

4.1. Planificación estratégica de la comunicación en entidades deportivas
4.2. Comunicación interna en entidades deportivas: equipos, empleados y estructura directiva
4.3. Comunicación externa y relaciones con los medios de comunicación deportivos
4.4. Comunicación institucional y relaciones públicas en el ámbito deportivo
4.5. Integración de canales offline y online en la estrategia comunicativa de la entidad
4.6. El storytelling como herramienta narrativa en la comunicación deportiva

Temario

05 Gestión estratégica de redes sociales en el ámbito deportivo

5.1. Panorama actual de las redes sociales y su impacto en la industria del deporte
5.2. Selección estratégica de plataformas según objetivos y público objetivo
5.3. Diseño del plan de social media para entidades deportivas
5.4. Gestión coordinada de perfiles oficiales de la entidad, equipos y deportistas
5.5. Políticas de uso de redes sociales para deportistas, empleados y colaboradores
5.6. Publicidad en redes sociales: social ads aplicados al marketing deportivo
5.7. Gestión de redes sociales en tiempo real durante eventos y jornadas deportivas

Temario

06 Creación de contenidos digitales para entidades deportivas

6.1. Estrategia de contenidos adaptada al ecosistema deportivo digital
6.2. Producción audiovisual para redes sociales y plataformas digitales deportivas
6.3. Diseño gráfico y creación de piezas visuales para la comunicación deportiva
6.4. Redacción de textos y copywriting para entidades deportivas en entornos digitales
6.5. Contenido generado por el usuario (UGC) y su integración en la estrategia de comunicación
6.6. Herramientas y recursos tecnológicos para la creación y gestión eficiente de contenidos

07 Gestión de la comunidad y engagement en redes sociales deportivas

7.1. Fundamentos del community management en entidades deportivas
7.2. Estrategias para incrementar el engagement y la participación activa de la comunidad
7.3. Gestión de comentarios negativos, trolls y situaciones de crisis en redes sociales
7.4. Colaboración con influencers, creadores de contenido y embajadores de marca deportiva
7.5. Internacionalización de la comunidad digital y gestión de audiencias globales

Temario

08 Estrategias de fidelización de socios y abonados en entidades deportivas

8.1. Conceptualización de la fidelización en el contexto de las entidades deportivas
8.2. Diseño de programas de fidelización para socios y abonados
8.3. Estrategias de captación de nuevos socios y conversión de aficionados en abonados
8.4. Estrategias de retención y reducción de la tasa de abandono en la masa social
8.5. Comunicación personalizada y segmentada como palanca clave de fidelización
8.6. Programas de membership y modelos de suscripción digital en entidades deportivas
8.7. Marketing relacional y generación de vínculos emocionales con la masa social

Temario

09 Experiencia del socio y del aficionado: CRM y personalización en el deporte

9.1. La experiencia del aficionado (fan experience) como eje estratégico de la entidad deportiva
9.2. Sistemas CRM aplicados a la gestión de la relación con socios y aficionados
9.3. Innovación tecnológica aplicada a la experiencia del aficionado en el estadio y fuera de él
9.4. Estrategias de personalización basadas en datos de comportamiento y modelos predictivos
9.5. Medición de la satisfacción del socio y diseño de programas de escucha activa

10 Patrocinio, alianzas comerciales y monetización de la marca deportiva

10.1. Fundamentos del patrocinio deportivo y su rol en la estrategia de marketing de la entidad
10.2. Diseño y comercialización de propuestas de valor para patrocinadores
10.3. Activación de patrocinios en el entorno digital y en redes sociales de la entidad
10.4. Estrategias de merchandising y licensing como fuente de ingresos y refuerzo de marca
10.5. Nuevos modelos de monetización digital: fan tokens, NFTs y plataformas propias de contenido
10.6. Medición del retorno de la inversión (ROI) en patrocinio y acciones comerciales

Temario

11 Analítica, métricas y evaluación del rendimiento en marketing y comunicación deportiva

11.1. Importancia de la cultura data-driven en la gestión del marketing deportivo contemporáneo
11.2. Indicadores clave de rendimiento (KPIs) en marketing y comunicación deportiva
11.3. Herramientas de analítica y monitorización para entidades deportivas
11.4. Elaboración de informes ejecutivos, dashboards y benchmarking para la toma de decisiones estratégicas

12 Plan integral de marketing y comunicación para entidades deportivas: diseño y aplicación práctica

12.1. Metodología para la elaboración de un plan integral de marketing y comunicación deportiva
12.2. Diseño de la estrategia de marca, contenidos y canales de comunicación
12.3. Planificación operativa: cronograma por temporada, presupuesto y asignación de recursos
12.4. Implementación, seguimiento y control del plan de marketing y comunicación
12.5. Estudio de casos de éxito en marketing y comunicación de entidades deportivas
12.6. Proyecto final: diseño de un plan integral de marketing y comunicación para una entidad deportiva real o simulada

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

