ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Promoción y Difusión de la Obra Literaria: Lectores, Redes y Presentaciones

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



Amplía tu formación con este programa diseñado para escritores y profesionales del ámbito editorial que desean dominar las herramientas de comunicación y marketing necesarias para dar visibilidad a sus obras. En un mercado literario cada vez más competitivo, saber conectar con los lectores se ha convertido en una competencia imprescindible que complementa el talento creativo y abre nuevas oportunidades profesionales.

A lo largo del temario, abordarás desde los fundamentos del ecosistema editorial hasta la planificación de campañas integrales de promoción. Aprenderás a construir tu marca de autor, gestionar tu presencia en redes sociales como Instagram, TikTok o YouTube, y crear contenidos digitales que generen engagement.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender el ecosistema editorial contemporáneo y los fundamentos de la promoción literaria, identificando los agentes, canales y marcos normativos que intervienen en la difusión de una obra.

Diseñar y gestionar la marca personal del autor, articulando una propuesta de valor coherente que integre identidad visual, tono comunicativo y estrategias de reputación digital.

Dominar el uso estratégico de redes sociales y herramientas de creación de contenidos digitales, desarrollando planes de publicación multiplataforma orientados a la visibilidad y el *engagement* con la comunidad lectora.

Desarrollar relaciones profesionales con medios de comunicación, prescriptores literarios y agentes del circuito cultural, elaborando materiales de prensa y preparando intervenciones en entrevistas, ferias y eventos literarios.

Analizar los perfiles y hábitos del lector actual, aplicando técnicas de segmentación de públicos y construcción de *reader personas* para orientar las decisiones promocionales.

Elaborar planes de comunicación y marketing literario, combinando acciones online y offline en una estrategia omnicanal calendarizada y ajustada a los recursos disponibles.

Planificar y ejecutar presentaciones de libros en formatos presencial, virtual e híbrido, aplicando técnicas de oratoria, guionización y dinamización del evento.

Evaluar el impacto de las acciones promocionales mediante indicadores de rendimiento cuantitativos y cualitativos, extrayendo aprendizajes que contribuyan a la profesionalización y sostenibilidad de la carrera literaria del autor.

Temario

01 Fundamentos del ecosistema editorial y la promoción literaria contemporánea

1.1. Evolución histórica de la relación entre el autor y la difusión de su obra
1.2. Estructura y agentes del ecosistema editorial actual
1.3. Conceptos clave de la promoción y difusión literaria: visibilidad, alcance y prescripción
1.4. La promoción como parte integral del proceso creativo y editorial

02 El lector contemporáneo: perfiles, hábitos de consumo y segmentación de públicos

2.1. Sociología de la lectura: análisis de los hábitos lectores en la sociedad actual
2.2. Tipologías de lectores según motivaciones, frecuencia y formatos de consumo
2.3. Técnicas de segmentación de públicos aplicadas al ámbito literario
2.4. La experiencia de lectura como variable estratégica en la promoción
2.5. Herramientas de investigación y escucha activa para conocer al público lector

Temario

03 Construcción y gestión estratégica de la marca de autor

3.1. Concepto de marca personal aplicado al escritor y al creador literario
3.2. Proceso de definición y articulación de la propuesta de valor del autor
3.3. Diseño de la identidad visual y verbal del autor en soportes de comunicación
3.4. Gestión de la reputación del autor en el entorno digital y en el circuito cultural
3.5. Coherencia entre la marca de autor y la evolución de la obra a lo largo del tiempo
3.6. Casos de estudio: análisis de marcas de autor exitosas en distintos géneros y mercados

Temario

04 Estrategias de comunicación y planificación del marketing literario

4.1. Fundamentos del marketing aplicado al sector editorial y a la obra literaria
4.2. Elaboración del plan de comunicación para la promoción de una obra literaria
4.3. El embudo de conversión aplicado a la promoción literaria: del descubrimiento a la fidelización
4.4. Definición de objetivos comunicativos y selección de públicos prioritarios
4.5. Integración de acciones online y offline en una estrategia de comunicación omnicanal
4.6. Presupuestación y gestión de recursos para campañas de promoción literaria
4.7. El papel del storytelling en la comunicación promocional del libro y del autor

Temario

05 Redes sociales como plataformas de promoción y difusión literaria

5.1. Panorama actual de las redes sociales y su relevancia en el ámbito cultural y literario
5.2. Instagram y la promoción literaria visual: estrategias para bookstagram y más allá
5.3. TikTok y el fenómeno BookTok: oportunidades y particularidades para la difusión de libros
5.4. X (Twitter), Facebook y LinkedIn como canales complementarios de difusión literaria
5.5. YouTube y el formato de vídeo largo: entrevistas, reseñas, booktube y contenido audiovisual de autor
5.6. Goodreads, Babelio y plataformas especializadas en lectura como espacios de prescripción
5.7. Planificación y gestión integral de la presencia en redes sociales
5.8. Publicidad pagada en redes sociales para la promoción de libros

Temario

06 Creación de contenidos digitales para la promoción de la obra literaria

6.1. Principios de la creación de contenidos orientada a la difusión cultural
6.2. Diseño de una estrategia de contenidos (content plan) para autores y obras literarias
6.3. Redacción de textos promocionales eficaces para distintos canales y formatos
6.4. Creación de contenido visual y audiovisual con herramientas accesibles
6.5. El blog de autor y el sitio web personal como ejes de la estrategia de contenidos
6.6. Email marketing y newsletters como canales de comunicación directa con la comunidad lectora

07 Comunidades lectoras, clubes de lectura y prescripción literaria

7.1. La prescripción literaria como mecanismo fundamental de difusión del libro
7.2. Clubes de lectura: tipologías, dinámicas de funcionamiento y potencial para la difusión
7.3. Relación del autor con libreros y bibliotecarios como prescriptores estratégicos
7.4. Construcción y dinamización de comunidades lectoras propias en torno a la obra del autor
7.5. Gestión de lectores beta, lectores avanzados y comunidades de fans como agentes de difusión

Temario

08 Planificación, organización y desarrollo de presentaciones de libros

8.1. La presentación de libro como evento cultural y herramienta de promoción
8.2. Planificación integral de una presentación de libro: fases y tareas clave
8.3. Diseño del programa y los contenidos de la presentación
8.4. Comunicación y difusión previa del evento para garantizar la convocatoria
8.5. Desarrollo del acto: habilidades comunicativas del autor en escena
8.6. Presentaciones virtuales y en formato híbrido: plataformas, producción y dinamización online
8.7. Seguimiento posterior a la presentación: agradecimientos, difusión de contenidos y evaluación del impacto

Temario

09 Relaciones con medios de comunicación, prensa cultural y crítica literaria

9.1. Panorama actual de los medios de comunicación cultural en el ámbito literario
9.2. Elaboración de materiales de prensa profesionales para la promoción de obras literarias
9.3. Estrategias de contacto y relación con periodistas culturales y responsables de secciones de libros
9.4. Preparación del autor para entrevistas en prensa, radio, televisión y podcasts
9.5. La crítica literaria: comprensión de su funcionamiento e impacto en la difusión de la obra

10 Eventos literarios, ferias del libro y circuitos de difusión cultural

10.1. Cartografía de los principales eventos literarios y ferias del libro en el ámbito hispanohablante
10.2. Estrategias de participación eficaz del autor en ferias del libro
10.3. Participación en mesas redondas, coloquios y encuentros literarios como herramienta de posicionamiento
10.4. Organización de eventos literarios propios: recitales, lecturas dramatizadas y acciones culturales de autor
10.5. Difusión del libro en el circuito educativo e institucional
10.6. Redes institucionales de apoyo a la difusión literaria

Temario

11 Diseño y ejecución de campañas integrales de promoción editorial

11.1. Concepto y tipología de campañas de promoción literaria según sus objetivos y alcance
11.2. Fases de diseño de una campaña integral: del diagnóstico inicial a la planificación operativa
11.3. Coordinación de acciones simultáneas en entornos online y offline
11.4. Campañas diferenciadas según el ciclo de vida del libro
11.5. Publicidad pagada y acciones de promoción de pago en el ámbito literario
11.6. Activaciones especiales y acciones de guerrilla cultural para la promoción literaria
11.7. Cronograma tipo de una campaña de lanzamiento editorial: ejemplo práctico detallado

12 Evaluación de resultados, profesionalización de la difusión y sostenibilidad de la carrera literaria

12.1. Definición de indicadores clave de rendimiento (KPI) en la promoción literaria
12.2. Elaboración de informes de resultados y extracción de aprendizajes para futuras campañas
12.3. Profesionalización de la actividad de difusión literaria del autor
12.4. Ética, autenticidad y responsabilidad del autor en la comunicación de su obra

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.



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

