



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN GAMIFICACIÓN APLICADA AL MARKETING: ENGAGEMENT Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE



FORMACIÓN PERMANENTE

WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Especialízate con el Curso de Gamificación Aplicada al Marketing: Engagement y Fidelización del Cliente de Instituto Serca, una formación diseñada para profesionales que desean dominar las estrategias basadas en dinámicas de juego para transformar la relación entre marcas y consumidores en el entorno digital actual.

A lo largo del temario, profundizarás en los fundamentos teóricos de la gamificación, la psicología del comportamiento y la motivación del consumidor, así como en el diseño estratégico de experiencias gamificadas alineadas con objetivos de negocio. Además, estudiarás mecánicas, dinámicas y componentes de sistemas gamificados, plataformas tecnológicas para su implementación, y su integración en estrategias de marketing digital, redes sociales y programas de fidelización.

Gracias a nuestra metodología online, podrás avanzar a tu ritmo mientras adquieres competencias en medición analítica, optimización continua y tendencias emergentes como la inteligencia artificial o el metaverso. Al finalizar, contarás con un perfil profesional altamente diferenciado, preparado para diseñar e implementar estrategias de gamificación que impulsen el engagement y la lealtad del cliente.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Fundamentar los conceptos teóricos de la gamificación, diferenciando modelos y marcos de referencia.
- ✓ Comprender los principios psicológicos del consumidor, identificando motivaciones y perfiles de jugador.
- ✓ Clasificar mecánicas, dinámicas y componentes gamificados, distinguiendo su aplicación en marketing.
- ✓ Analizar modelos de engagement y fidelización, relacionando métricas y estrategias digitales.
- ✓ Diseñar experiencias gamificadas orientadas al marketing, integrando narrativa, mecánicas y objetivos comerciales.
- ✓ Conocer plataformas y tecnologías disponibles, evaluando su idoneidad para implementar gamificación.
- ✓ Desarrollar programas de fidelización gamificados, aplicando estrategias de gestión y optimización continua.
- ✓ Identificar tendencias emergentes y casos de éxito, extrayendo principios replicables en marketing.



1: FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES DE LA GAMIFICACIÓN

- 1.1. Definición y delimitación conceptual de la gamificación en el contexto empresarial
- 1.2. Evolución histórica de la gamificación: del pensamiento lúdico al entorno de negocio
- 1.3. Diferencias fundamentales entre gamificación, juegos serios y diseño lúdico
- 1.4. Principales marcos teóricos y modelos de referencia en gamificación
- 1.5. Ámbitos de aplicación de la gamificación más allá del entretenimiento
- 1.6. Gamificación y marketing: relación estratégica y visión panorámica del campo

2: PSICOLOGÍA DEL COMPORTAMIENTO Y MOTIVACIÓN APLICADA A LA GAMIFICACIÓN

- 2.1. Fundamentos psicológicos del comportamiento del consumidor en entornos gamificados
- 2.2. Teoría de la autodeterminación y su aplicación al diseño de experiencias gamificadas
- 2.3. Motivación intrínseca y extrínseca en el contexto del marketing gamificado
- 2.4. La teoría del flujo de Csikszentmihalyi aplicada a experiencias de marca
- 2.5. Sesgos cognitivos y principios de persuasión en el diseño gamificado
- 2.6. Perfiles de jugadores y segmentación psicográfica del público objetivo



3: MECÁNICAS, DINÁMICAS Y COMPONENTES DE LOS SISTEMAS DE GAMIFICACIÓN

- 3.1. Conceptualización y jerarquía de los elementos que configuran un sistema gamificado
- 3.2. Mecánicas de juego aplicables al marketing y la fidelización del cliente
- 3.3. Dinámicas de juego como generadoras de experiencias significativas para el usuario
- 3.4. Componentes estéticos y de interfaz en experiencias gamificadas
- 3.5. Errores frecuentes en la selección y combinación de elementos de gamificación
- 3.6. Criterios estratégicos para la selección de mecánicas según los objetivos de marketing

4: EL ENGAGEMENT DEL CLIENTE: MODELOS, MÉTRICAS Y ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN

- 4.1. Definición multidimensional del engagement del cliente en el marketing contemporáneo
- 4.2. Modelos teóricos de engagement aplicados al entorno digital
- 4.3. Indicadores clave de rendimiento para la medición del engagement del cliente
- 4.4. El papel de la gamificación como catalizador del engagement en entornos de marketing
- 4.5. Estrategias de engagement basadas en contenidos interactivos y participativos
- 4.6. Diseño del customer journey gamificado: puntos de contacto y oportunidades de engagement



5: FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE: MARCOS CONCEPTUALES Y ESTRATEGIAS EN EL ENTORNO DIGITAL

- 5.1. Fundamentos de la fidelización del cliente y su evolución en el ecosistema digital
- 5.2. Modelos de fidelización: del programa transaccional al programa experiencial
- 5.3. La relación causal entre engagement, satisfacción y lealtad del cliente
- 5.4. Factores psicológicos y emocionales que determinan la fidelización del consumidor
- 5.5. Segmentación de clientes para el diseño de estrategias de fidelización personalizadas
- 5.6. Tendencias actuales en programas de fidelización en el entorno digital

6: DISEÑO ESTRATÉGICO DE EXPERIENCIAS GAMIFICADAS APLICADAS AL MARKETING

- 6.1. Proceso metodológico integral para el diseño de una estrategia de gamificación en marketing
- 6.2. Definición de objetivos de negocio y su alineación con la experiencia gamificada
- 6.3. Análisis y definición del público objetivo mediante perfiles de jugador
- 6.4. Diseño del sistema de reglas, mecánicas y narrativa de la experiencia gamificada
- 6.5. Prototipado rápido y testeo de experiencias gamificadas previo a su lanzamiento
- 6.6. Principios de diseño centrado en el usuario y experiencia de usuario aplicados a la gamificación
- 6.7. Consideraciones éticas y de responsabilidad en el diseño de gamificación comercial



7: PLATAFORMAS, TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE GAMIFICACIÓN EN MARKETING

- 7.1. Panorama tecnológico actual para la implementación de sistemas gamificados en marketing
- 7.2. Plataformas especializadas en gamificación para entornos empresariales
- 7.3. Herramientas de desarrollo y diseño de experiencias gamificadas
- 7.4. Tecnologías emergentes aplicadas a la gamificación en el ámbito del marketing
- 7.5. Criterios de selección tecnológica según presupuesto, alcance y objetivos estratégicos
- 7.6. Arquitectura técnica básica de un sistema de gamificación integrado en el ecosistema digital de la empresa

8: GAMIFICACIÓN EN ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

- 8.1. Integración de la gamificación en la estrategia global de marketing digital de la organización
- 8.2. Gamificación aplicada al marketing de contenidos y al inbound marketing
- 8.3. Gamificación en redes sociales: estrategias, formatos y activación de comunidades
- 8.4. Gamificación aplicada al email marketing y a la conversión en comercio electrónico
- 8.5. Gamificación en aplicaciones móviles de marca y experiencias nativas
- 8.6. Diseño de campañas omnicanal con componentes gamificados integrados



9: PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN GAMIFICADOS: DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN Y GESTIÓN OPERATIVA

- 9.1. Características diferenciales de un programa de fidelización con estructura gamificada
- 9.2. Diseño de la arquitectura de un programa de fidelización con elementos de gamificación
- 9.3. Estrategias de onboarding gamificado para la incorporación de nuevos miembros
- 9.4. Gestión de la comunidad y activación de dinámicas sociales dentro del programa
- 9.5. Estrategias de reactivación de usuarios inactivos mediante mecánicas de juego
- 9.6. Gestión del ciclo de vida del programa y evolución sostenida de sus mecánicas

10: MEDICIÓN, ANALÍTICA Y OPTIMIZACIÓN DE ESTRATEGIAS DE GAMIFICACIÓN EN MARKETING

- 10.1. Construcción de un marco de medición para evaluar el impacto de la gamificación en marketing
- 10.2. Indicadores clave de rendimiento específicos de sistemas gamificados
- 10.3. Herramientas de analítica digital aplicadas al seguimiento de experiencias gamificadas
- 10.4. Metodologías de testeo y experimentación para la mejora continua de la gamificación
- 10.5. Interpretación estratégica de datos y toma de decisiones para la optimización continua
- 10.6. Elaboración de informes ejecutivos y cuadros de mando de gamificación en marketing



11: CASOS DE ÉXITO Y ANÁLISIS DE BUENAS PRÁCTICAS EN GAMIFICACIÓN APLICADA AL MARKETING

- 11.1. Metodología para el análisis crítico y sistemático de casos de gamificación en marketing
- 11.2. Casos de éxito en programas de fidelización gamificados de referencia internacional
- 11.3. Casos de éxito en campañas de marketing digital con mecánicas gamificadas
- 11.4. Análisis de fracasos y lecciones aprendidas en implementaciones de gamificación comercial
- 11.5. Identificación de factores críticos de éxito y errores recurrentes en la implementación
- 11.6. Extracción de principios replicables y adaptables a diferentes sectores y contextos de mercado

12: TENDENCIAS EMERGENTES Y FUTURO DE LA GAMIFICACIÓN EN EL MARKETING

- 12.1. Evolución previsible de la gamificación dentro del ecosistema global del marketing
- 12.2. Gamificación e inteligencia artificial: hacia la personalización predictiva de experiencias
- 12.3. Gamificación y metaverso: nuevos espacios virtuales para la interacción marca-consumidor
- 12.4. Blockchain, NFTs y tokens como elementos de innovación en programas de fidelización gamificados
- 12.5. Gamificación responsable: ética, regulación y protección del consumidor
- 12.6. El papel de la gamificación en la construcción de comunidades de marca sostenibles a largo plazo



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información



Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.



¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

