



COMMUNITY MANAGER

CURSO DE **Community Management** **Profesional**

**Como gestionar redes con impacto real,
contenido de valor y crecimiento sostenido.**



Duración: 20 horas.

Días y horarios:

Del 01 al 25 de septiembre de 2025.

Lunes de 19.00 a 21.00 Hs y Jueves de 19.00 a 22.00 Hs.

Modalidad: Virtual.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$20.000.-

+ 1 pago de \$80.000.-

Comunidad UAI:

Matrícula: \$20.000.-

+ 1 pago de \$60.000.-

Dirigido a:

- Emprendedores y dueños de pequeñas marcas que desean gestionar sus propias redes sociales de forma profesional.
- Estudiantes y egresados de carreras vinculadas a la comunicación, marketing o diseño que buscan especializarse en gestión de redes.
- Community Managers en ejercicio que desean actualizar y fortalecer sus conocimientos con herramientas actuales.
- Profesionales del área de atención al cliente que interactúan con usuarios a través de canales digitales.
- Responsables de comunicación institucional en empresas, ONGs o emprendimientos que administran comunidades online.
- Freelancers y consultores digitales que brindan servicios a múltiples marcas o proyectos y requieren optimizar su gestión.

Objetivos:

- Comprender el rol estratégico del Community Manager dentro del ecosistema digital y su impacto en la construcción de marca.
- Planificar y gestionar contenidos adecuados para distintas plataformas sociales, aplicando criterios de relevancia y frecuencia.
- Diseñar y utilizar calendarios editoriales para organizar publicaciones y campañas de manera eficiente.
- Fomentar el engagement y moderar comunidades online, fortaleciendo la relación con los usuarios.

- Fomentar el engagement y moderar comunidades online, fortaleciendo la relación con los usuarios.
- Aplicar herramientas digitales para la gestión simultánea de múltiples cuentas y el monitoreo de interacciones.
- Medir y analizar métricas clave para evaluar el desempeño de las acciones en redes sociales y tomar decisiones basadas en datos.

Evaluación: Actividades prácticas (trabajo con devolución oral).

Fundamentación:

El curso de Community Management Profesional brinda herramientas prácticas para gestionar comunidades digitales de manera estratégica, fortaleciendo la presencia online de marcas y proyectos. A lo largo de ocho clases, se abordan temas clave como planificación de contenidos, atención al cliente 2.0, manejo de crisis y análisis de métricas. Está orientado a quienes buscan profesionalizar su rol en redes sociales y dominar las principales herramientas del sector.

Enfoque general:

El curso tiene un enfoque integral y práctico, orientado a formar profesionales capaces de planificar, ejecutar y evaluar estrategias de comunicación en redes sociales. Se centra en el rol del Community Manager como articulador entre las marcas y sus comunidades, abordando desde la creación de contenidos hasta la gestión de crisis y el análisis de métricas. Combina herramientas digitales, metodologías actuales y casos reales, promoviendo una gestión profesional, empática y basada en datos.

Calendario de clases:

01.09 - Rol del Community Manager: funciones y desafíos

Definición del rol del Community Manager (CM).

Diferencia entre CM, Social Media Manager y otros roles digitales.

Competencias necesarias: comunicación, análisis, creatividad, empatía.

Principales tareas del CM: planificación, publicación, monitoreo, respuesta, análisis.

Casos reales y análisis de situaciones típicas.

04.09 - Planificación de contenidos: tipos y frecuencia

Tipos de contenidos: informativos, educativos, promocionales, de entretenimiento, institucionales.

Formatos: imágenes, videos, carruseles, reels, stories, lives, artículos.

Frecuencia recomendada de publicaciones según red social.

Equilibrio entre contenido propio, curado y generado por usuarios.

Plantilla básica para un plan de contenido mensual.

08.09 - Calendarios editoriales y herramientas de planificación

Qué es un calendario editorial y por qué es clave.

Organización de contenidos según fechas clave, efemérides y campañas.

Ejemplos prácticos de calendarios semanales y mensuales.

Integración del calendario con otras áreas: diseño, ventas, atención al cliente.

Buenas prácticas para mantener la coherencia y previsión.

11.09 - Gestión de comunidades: engagement y moderación

Qué es una comunidad digital y su importancia para las marcas.

Fomentar la participación: estrategias para generar engagement auténtico.

Respuestas a comentarios, menciones, mensajes directos.

Identificación de usuarios activos e influenciadores naturales.

Moderación de comentarios negativos, spam o trolls.

15.09 - Herramientas para gestionar múltiples cuentas

Desafíos de manejar más de una cuenta/red en simultáneo.

Herramientas de gestión profesional: Hootsuite, Buffer, Later, Sprout Social, Metricool.

Programación de publicaciones, respuestas automáticas, informes.

Roles y permisos en equipos de trabajo digital.

Ejercicios de simulación: cómo coordinar varias cuentas con una misma estrategia general.

18.09 - Atención al cliente 2.0 y reputación online

La evolución de la atención al cliente en redes sociales.

El CM como primer punto de contacto con el usuario.

Protocolo de respuestas: tono, tiempos y formatos.

Manejo de consultas frecuentes, reclamos y derivaciones.

Reputación online: cómo se construye, monitorea y mantiene.

22.09 - Manejo de crisis en redes sociales

Qué es una crisis digital: características y tipos (internas, externas, espontáneas).

Señales de alerta para detectar una crisis inminente.

Pasos para armar un protocolo de crisis digital.

Roles y responsables ante una crisis.

Casos famosos de crisis y análisis de sus gestiones.

25.09 - Métricas clave de gestión comunitaria

Qué medir: alcance, impresiones, engagement, crecimiento de comunidad, clics, menciones.

Diferencia entre métricas de vanidad y métricas accionables.

Indicadores según red social (Instagram, Facebook, X, TikTok, LinkedIn).

Cómo interpretar las métricas y generar reportes.

Análisis de un informe mensual y propuesta de mejoras.

Director:

José Abel Lemos. Magister en Comunicación Digital.

Magister en Comunicación Digital por la Universidad de Andalucía España. Doctorando en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. Licenciado en Periodismo Universidad Nacional de Lomas de Zamora, y tengo un Posgrado en Community Manager por la Universidad de Belgrano (UB). Actualmente se desempeña como docente en materias de UAI la Lic. en Videojuegos, la Lic. Tecnología Informática y Maestría en Tecnología Educativa.

