



**CURSO DE**

# **Fundamentos de la Presencia Digital en Redes Sociales**

**Claves para una presencia sólida, coherente y  
efectiva en redes sociales.**



**Duración:** 18 horas.

## Días y horarios:

Del 21 de agosto al 11 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:

- Jóvenes y adultos interesados en mejorar su presencia en redes sociales.
- Emprendedores que desean posicionar su marca o proyecto personal.
- Personas que gestionan redes de pequeños negocios, ONGs o instituciones.
- Estudiantes de nivel medio o superior que quieran iniciarse en el mundo digital.
- Cualquier persona que quiera usar redes sociales de forma más estratégica y consciente.

## Objetivos:

- Comprender qué es la presencia digital y por qué es importante.
- Conocer las principales redes sociales y sus usos estratégicos.
- Identificar el público objetivo y adaptar los mensajes.
- Aprender a crear contenido claro, atractivo y coherente.
- Desarrollar una identidad digital personal o de marca.
- Incorporar nociones básicas de planificación y análisis de redes.

## Fundamentación:

Este curso está orientado a quienes, sin contar con una formación técnica específica en medios digitales, reconocen la importancia estratégica de las redes sociales en la vida profesional, institucional y pública, y buscan **comprender sus lógicas de funcionamiento, sus potencialidades y sus desafíos desde una perspectiva crítica y aplicada.**

## Enfoque general:

En el actual contexto de transformación digital, las redes sociales han dejado de ser simples plataformas de interacción personal para convertirse en canales estratégicos fundamentales para la comunicación, la gestión de la imagen y la proyección de marcas personales, institucionales y comerciales. La construcción de una presencia digital sólida, coherente y eficaz en redes sociales se ha convertido en un elemento clave para el posicionamiento, la influencia y la competitividad en diversos sectores.

**Evaluación:** Actividades prácticas (trabajo con devolución oral).

## Contenidos:

### Introducción a la diplomatura y objetivos generales

Presentación del curso, modalidad de trabajo y contenidos generales.

¿Qué es la presencia digital? Definición y relevancia actual.

Rol de las redes sociales en la comunicación contemporánea.

Expectativas del grupo y objetivos personales/profesionales.

### Ecosistema digital actual: plataformas y tendencias

Panorama general del entorno digital: internet, redes, apps y dispositivos.

Principales plataformas sociales: características, funciones y públicos.

Nuevas tendencias: video corto, lives, IA, influencers, comunidades.

¿Cómo elegir en qué plataformas estar según el objetivo?

### Identidad digital y branding personal/marca

¿Qué es la identidad digital? Elementos que la conforman.

Branding personal vs. branding de marca: diferencias y similitudes.

Tono, estética, coherencia y valores en la construcción de la identidad.

Ejemplos de marcas/personas con identidad digital clara.

### Público objetivo: segmentación y buyer persona

Importancia de conocer a quién nos dirigimos.

Segmentación por intereses, comportamientos y plataformas.

¿Qué es el "buyer persona" y cómo se construye?

Actividad práctica: armado de un perfil de audiencia objetivo.

### Estrategias de presencia online

¿Qué implica tener una estrategia digital? Elementos básicos.

Objetivos SMART en redes sociales.

Calendario de contenidos y tipos de publicaciones.

Adaptar el contenido al público y a cada plataforma.

## Herramientas para diagnóstico y análisis de presencia digital

¿Cómo saber si estamos comunicando bien? Indicadores básicos.

Herramientas gratuitas de análisis (Meta, Instagram, TikTok, etc.).

Métricas clave: alcance, interacciones, crecimiento, conversión.

Diagnóstico inicial: fortalezas y oportunidades de mejora.

## Las redes sociales: diferencias e importancia en la comunicación

Comparativa entre plataformas: Instagram, Facebook, X, TikTok, LinkedIn.

Qué, cómo y para quién comunicar en cada red.

Ventajas de una presencia multiplataforma coherente.

Cierre parcial: reflexiones y aprendizajes compartidos.

## 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.

Universidad Abierta Interamericana  
**UAI**