



DIPLOMATURA EN

Comunicación Digital y Social Media

**Dominar las herramientas y estrategias
de la comunicación digital.**

(*) Como requisito general, los participantes deberán contar con estudios secundarios completos o encontrarse cursando los últimos años del nivel medio, garantizando así que dispongan de la formación básica necesaria para sostener procesos de aprendizaje en el marco de la educación continua universitaria, que requieren autonomía, reflexión crítica y aplicación práctica de los contenidos.



Duración: 111 horas.

Días y horarios:

Del 04 de abril al 19 de diciembre de 2026.

Sábados de 09.00 a 12.00 Hs.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$50.000.-

Contado: \$415.000.- o 9 cuotas de \$57.750.-

Club La Nación/Clarín 365*:

Matrícula: \$50.000.-

Contado: \$332.650.- o 9 cuotas de \$46.000.-

Comunidad UAI**/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$50.000.-

Contado: \$290.400.- o 9 cuotas de \$40.500.-

Extranjeros no residentes en Argentina***:

Matrícula: USD 40.-

Contado: USD 300.- o 9 cuotas de USD 45.-

(*) Alumnos, graduados, y/o familiares directos.

(**) Suscriptores y/o familiares directos de los titulares de las credenciales.

(***) Los aranceles de la actividad comprenden únicamente los conceptos de matrícula y cuota. Todo impuesto, tasa o contribución asociada a los pagos en dólares estadounidenses que pudiera ser aplicada por el país de origen, así como cualquier otra suma que se adicione en virtud de las tarifas vigentes en la entidad bancaria al momento de realizar la transacción, queda a exclusivo cargo del alumno.

Requisitos:

- Tener conocimientos básicos de herramientas digitales (navegación web, redes sociales).
- Interés en el periodismo, la comunicación o la gestión de redes sociales.

Dirigido a:

- **Periodistas y comunicadores:** Que buscan actualizarse en el ámbito digital y dominar las plataformas sociales.
- **Estudiantes de Comunicación:** Que desean adquirir habilidades prácticas en redes sociales y periodismo digital.

- **Emprendedores digitales:** Que quieren aprender a construir y gestionar proyectos de comunicación online.
- **Profesionales de marketing y relaciones públicas:** Interesados en complementar sus conocimientos con estrategias de contenido.

Beneficios:

- Formación integral y actualizada.
- Desarrollo de habilidades técnicas.
- Creación de proyectos propios.

Objetivos:

Dominar estrategias en Social Media:

Aprender a gestionar redes sociales, construir audiencias y maximizar el impacto de los mensajes.

Incorporar técnicas de narrativa digital:

Utilizar formatos multimedia como video, podcasts, infografías e interactivos para enriquecer las historias.

Analizar y monitorear el impacto digital:

Enseñar herramientas para medir el alcance, interacción y relevancia de contenidos en el entorno online.

Comprender el ecosistema digital:

Explorar tendencias, plataformas emergentes y los desafíos éticos del periodismo digital.

Resultados de aprendizaje:

- Capacidad para crear, gestionar y optimizar contenido en plataformas digitales.
- Habilidades en análisis de métricas y toma de decisiones basadas en datos.
- Dominio de técnicas narrativas y herramientas digitales para contar historias impactantes.
- Desarrollo de proyectos de comunicación adaptados a las necesidades del entorno actual.

Resultados esperados:

Formación integral y actualizada

- Aprende las últimas tendencias y herramientas del periodismo digital y la gestión de redes sociales.
- Combina conocimientos teóricos con aplicaciones prácticas que te preparan para los desafíos actuales del entorno digital.

Desarrollo de habilidades técnicas

- Domina el uso de herramientas como Canva, Hootsuite, Google Analytics y plataformas de edición multimedia.
- Aprende a crear contenido audiovisual, infografías y podcasts de manera profesional.

Enfoque estratégico

- Conoce cómo diseñar y ejecutar estrategias efectivas de comunicación en redes sociales.
- Aprende a optimizar contenidos para maximizar su impacto en diferentes plataformas digitales.

Competencias analíticas

- Desarrolla habilidades en analítica digital para medir el alcance, la interacción y la efectividad de tus contenidos.
- Toma decisiones informadas basándote en datos precisos sobre el comportamiento de tu audiencia.

Creación de proyectos propios

- Diseña y ejecuta proyectos periodísticos o comunicativos desde cero.
- Aplica estrategias de monetización y sostenibilidad en proyectos digitales.

Certificación profesional

- Obtén un diploma reconocido que respalda tus competencias en periodismo digital y social media, mejorando tu perfil profesional.

Oportunidades de Networking

- Conéctate con otros profesionales, estudiantes y expertos en el campo de la comunicación digital.
- Accede a una red de contactos que puede abrirte puertas en el ámbito laboral y colaborativo.

Adaptabilidad al mercado laboral

- Desarrolla habilidades demandadas por empresas, medios digitales y organizaciones que buscan especialistas en comunicación digital.
- Amplía tus posibilidades de empleabilidad en el competitivo mundo de los medios y el marketing.

Fundamentación:

En un mundo donde la inmediatez y la precisión son clave, el periodismo digital se convierte en una herramienta esencial para informar, educar y conectar con las audiencias. La diplomatura ofrece una formación integral en narrativas digitales, marketing de contenidos, gestión de redes sociales y análisis de datos, preparándote para ser un comunicador estratégico y versátil.

Enfoque general:

La Diplomatura en Comunicación Digital y Social Media está diseñada para formar profesionales capaces de liderar proyectos de comunicación en el entorno digital. Este programa combina técnicas de periodismo tradicional con herramientas modernas de creación, análisis y difusión de contenido en plataformas digitales y redes sociales.

Contenidos:

Módulo 1: Fundamentos del Periodismo Digital

Diferencias entre el periodismo tradicional y digital.
Herramientas para la investigación y verificación de fuentes en entornos digitales.
Ética y responsabilidad en el periodismo online.

Módulo 2: Narrativas Digitales y Multimedia

Técnicas para contar historias en formatos digitales.
Producción de contenido audiovisual: videos cortos, podcasts e infografías.
Uso de herramientas como Canva, Adobe Express y CapCut.

Módulo 3: Gestión de Redes Sociales

Estrategias para construir audiencias en plataformas como Instagram, TikTok, Twitter y Facebook.
Creación de calendarios de contenido y gestión de comunidades online.
Herramientas de gestión: Hootsuite, Buffer, Meta Business Suite.

Módulo 4: Marketing de Contenidos

Creación de contenido relevante para audiencias específicas.
Optimización SEO para posicionar noticias en buscadores.
Estrategias de storytelling digital para marcas y medios.

Módulo 5: Analítica Digital

Introducción a Google Analytics, Meta Insights y otras herramientas de medición.
Análisis del alcance y la interacción en redes sociales.
Toma de decisiones basada en datos.

Módulo 6: Monetización y Modelos de Negocio Digital

Publicidad en redes sociales y modelos de suscripción.
Crowdfunding y otros métodos de financiamiento digital.
Desarrollo de proyectos periodísticos sostenibles en el entorno digital.

Módulo 7: Proyecto Final

Creación y presentación de un proyecto integral de periodismo digital, incluyendo investigación, creación de contenido, gestión de redes y análisis de impacto.

Metodología:

Las metodologías a utilizar serán: exposición teórica del profesor – Aula Invertida – Trabajos prácticos grupales.

Calendario de encuentros:

Módulo 1: fundamentos del periodismo digital (04.04.2026 al 09.05.2026)

1: Introducción al Periodismo Digital (04.04.2026)

Historia y evolución del periodismo en la era digital.
Diferencias entre el periodismo tradicional y digital.
Comprendiendo las audiencias en línea.

2: Técnicas Básicas de Producción Digital (11.04.2026)

Redacción para medios digitales: titulares, subtítulos y textos atractivos.
Uso de lenguaje visual: imágenes, gráficos y videos.
Introducción a blogs y plataformas de publicación.

3: Narrativas y Formatos Digitales (18.04.2026)

Narrativas multimedia: cómo integrar texto, video y audio.
Introducción a podcasts, videos cortos y storytelling visual.
Uso de herramientas gratuitas como Canva y Audacity.

4: Ética y Desafíos del Periodismo Digital (25.04.2026)

Identificación de noticias falsas (fake news) y cómo combatirlas.
Privacidad y manejo de datos personales en el entorno digital.
Principios éticos del periodismo en redes sociales.

5: Herramientas Básicas de Publicación (02.05. y 09.05.2026)

Gestión de contenido en redes sociales.
Introducción a WordPress o plataformas similares para creación de blogs.
Uso de editores de imágenes y videos sencillos.

Módulo 2: narrativas digitales y multimedia (16.05 al 20.06.2026)

1: Introducción a las Narrativas Digitales (16.05.2026)

Evolución del storytelling: de lo tradicional a lo digital.
Diferencias entre narrativas lineales, no lineales y transmedia.
Elementos esenciales de una historia digital exitosa.

2: Técnicas de Storytelling Visual (23.05.2026)

Uso del lenguaje visual para crear impacto.
Creación de infografías y gráficos narrativos con Canva o Piktochart.
Principios del diseño visual aplicado al contenido digital.

3: Producción de Contenido Multimedia (30.05.2026)

Introducción a la producción de videos cortos y reels.

Técnicas básicas para la creación de podcasts: grabación, edición y publicación.

Edición multimedia utilizando herramientas como CapCut, Audacity y Adobe Express.

4: Narrativas Interactivas (06.06.2026)

Cómo crear contenido interactivo: encuestas, quizzes y simulaciones.

Introducción a plataformas para crear narrativas gamificadas.

Experiencias inmersivas: realidad aumentada y videos 360°.

5 y 6: Adaptación de Narrativas a Plataformas (13.06 y 20.06)

Estrategias para redes sociales: Instagram, TikTok, YouTube y más.

Narrativas adaptadas a blogs y sitios web interactivos.

Optimización de contenido para SEO y engagement.

Módulo 3: gestión de redes sociales: estrategias para crear y optimizar tu presencia digital (27.06 al 01.08.2026)

1: Introducción a las Redes Sociales (27.06.2026)

Importancia de las redes sociales en la comunicación actual.

Características y diferencias entre plataformas: Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, Twitter y YouTube.

Cómo definir objetivos en redes sociales: alcance, interacción, conversión.

2: Estrategias de Contenido (04.07.2026)

Identificación de tu audiencia ideal y creación de buyer personas.

Cómo crear contenido relevante y atractivo: publicaciones, historias, reels y videos.

Uso de tendencias y hashtags para aumentar la visibilidad.

3: Gestión y Optimización de Perfiles (11.07.2026)

Configuración profesional de perfiles en Instagram, LinkedIn y otras plataformas.

Diseño de una estética visual coherente con tu marca.

Técnicas para gestionar interacciones y construir comunidades digitales.

4: Publicidad en Redes Sociales (18.07.2026)

Cómo diseñar campañas publicitarias efectivas en Facebook Ads e Instagram Ads.

Segmentación de audiencias para maximizar el impacto de las campañas.

Análisis y optimización de resultados publicitarios.

5 y 6: Estrategias Avanzadas y Tendencias (25.07.2026 y 01.08.2026)

Interpretación de métricas clave (engagement, alcance, conversiones).

Influencer marketing: cómo colaborar con creadores de contenido.

Generación de contenido interactivo: encuestas, concursos y dinámicas.

Módulo 4: marketing de contenidos: estrategias para atraer y conectar con tu audiencia (08.08.2026 al 19.09.2026)

1: Fundamentos del Marketing de Contenidos (08.08.2026)

¿Qué es el marketing de contenidos y por qué es clave en el entorno digital?

Principios del inbound marketing y su relación con el contenido.

Identificación de objetivos: branding, generación de leads, fidelización.

2: Conociendo a tu Audiencia (15.08.2026)

Definición de buyer personas: ¿Quién es tu público objetivo?

Análisis de necesidades, intereses y comportamientos de la audiencia.

Investigación de tendencias y temas relevantes para tu sector.

3: Estrategia y Planificación de Contenidos (22.08.2026)

Cómo crear un plan de marketing de contenidos paso a paso.

Herramientas para diseñar un calendario editorial efectivo.

Definición de formatos y plataformas más adecuados para tu estrategia.

4: Creación de Contenidos Impactantes (29.08.2026)

Redacción persuasiva y storytelling para conectar emocionalmente.

Diseño de contenido visual y multimedia con herramientas como Canva y CapCut.

Producción de blogs, ebooks, videos, infografías y más.

5: Distribución y Promoción del Contenido (05.09.2026)

Estrategias para amplificar el alcance del contenido en redes sociales.

Uso de email marketing y automatización para llegar a la audiencia adecuada.

Técnicas de SEO para posicionar tu contenido en buscadores.

6: Análisis y Optimización de Resultados (12.09.2026)

Principales métricas del marketing de contenidos: tráfico, engagement, conversiones.

Uso de herramientas como Google Analytics, Hootsuite y SEMrush para evaluar

Cómo optimizar campañas basándote en datos reales.

7: Proyecto Final (19.09.2026)

Desarrollo de una estrategia integral de marketing de contenidos para un negocio o proyecto.

Presentación y feedback personalizado sobre el trabajo realizado.

Módulo 5: analítica digital: mide, analiza y optimiza tu presencia online (26.09.2026 al 24.10.2026)

1: Introducción a la Analítica Digital (26.09.2026)

¿Qué es la analítica digital y por qué es esencial?

Tipos de datos y su relevancia en estrategias digitales.

Cómo establecer objetivos medibles para tus campañas.

2: Indicadores Clave de Desempeño (KPIs) (03.10.2026)

Identificación de KPIs según los objetivos del negocio (tráfico, conversiones, ROI).
Cómo elegir métricas relevantes para evaluar el éxito de las campañas.
Definición y seguimiento de embudos de conversión.

3: Herramientas de Analítica Digital (10.10.2026)

Configuración y uso de Google Analytics (básico y avanzado).
Análisis de métricas en redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn).

4: Análisis del Comportamiento del Usuario (17.10.2026)

Identificación de patrones de navegación y puntos críticos en el embudo de conversión.
Uso de mapas de calor y grabaciones de sesión para mejorar la experiencia del usuario.
Cómo segmentar audiencias y personalizar estrategias.

5: Optimización de Campañas Digitales (24.10.2026)

Cómo interpretar los datos para ajustar campañas en tiempo real.
Análisis del rendimiento de campañas pagas (Google Ads, Facebook Ads).
Técnicas para reducir el costo por adquisición (CPA) y aumentar la conversión.

Módulo 6: Monetización y Modelos de Negocio Digital: Construye estrategias rentables en el entorno online (31.10.2026 al 19.12-2026)

1: Introducción a los Modelos de Negocio Digital (31.10.2026)

¿Qué es un modelo de negocio digital y por qué es relevante?
Tipos de modelos: e-commerce, suscripciones, marketplaces, SaaS, entre otros.
Análisis de casos de éxito en diversos sectores.

2: Estrategias de Monetización Online (07.11.2026)

Fuentes de ingresos directos: venta de productos, servicios, y contenido premium.
Fuentes de ingresos indirectos: marketing de afiliados, publicidad, colaboraciones.
Cómo diversificar flujos de ingresos para reducir riesgos.

3: Herramientas para Negocios Digitales (14.11.2026)

Plataformas de comercio electrónico (Shopify, WooCommerce, Amazon).
Monetización en redes sociales y plataformas como YouTube, Patreon y Substack.
Herramientas para automatización y gestión de negocios online.

4: Diseño y Validación de Modelos de Negocio (21.11.2026)

Cómo diseñar una propuesta de valor atractiva.
Técnicas de validación de ideas: MVP (Producto Mínimo Viable) y pruebas rápidas.
Uso de lean startup y metodologías ágiles para negocios digitales.

5: Escalabilidad y Crecimiento (28.11.2026)

Estrategias para escalar negocios digitales de manera sostenible.
Expansión a nuevos mercados y diversificación de productos/servicios.
Cómo reinvertir en tecnología y marketing para maximizar el retorno.

6: Innovación y Tendencias Emergentes (05.12.2026)

Introducción al uso de blockchain, NFTs e inteligencia artificial en modelos de negocio.
Nuevas oportunidades en el metaverso y realidad aumentada.
Predicciones y adaptaciones a las tendencias digitales.

7 y 8: Proyecto Final (12.12.2026 y 19.12.2026)

Creación y presentación de un proyecto integral de periodismo digital, incluyendo investigación, creación de contenido, gestión de redes y análisis de impacto.

Evaluación:

Se hará una evaluación de los alumnos a través de un Proyecto Final que deberán desarrollar con la orientación de un tutor o de un profesor de la Diplomatura.

Bibliografía:

Cada unidad contendrá apuntes propios elaborados por el equipo de la Diplomatura – Presentaciones en Powerpoint y Canva – Sitios de internet curados y que son de referencia a cada tema tratado.

A cargo de:

Mg. José Abel Lemos. Magister en Comunicación Digital.

Trabaja en áreas relacionadas con Social Media, Periodismo Comunicación y afines. Magister en Comunicación Digital (recibido en España), Posgrado en Community Manager (Universidad de Belgrano), y Licenciado en Periodismo (Universidad Nacional Lomas de Zamora). Más 25 años de docente universitario en la modalidad presencial y tres en la modalidad virtual. Ha dirigido varios grupos de trabajo presenciales y virtuales, y actualmente es profesor de Grado y Postgrado en la Universidad Abierta Interamericana - UAI (Sede Buenos Aires). Periodista editor en un diario dedicado a la construcción.

A cargo de:

Mg. José Abel Lemos. Magister en Comunicación Digital.

Trabaja en áreas relacionadas con Social Media, Periodismo Comunicación y afines.

Magister en Comunicación Digital (recibido en España), Posgrado en Community Manager (Universidad de Belgrano), y Licenciado en Periodismo (Universidad Nacional Lomas de Zamora).

Más 25 años de docente universitario en la modalidad presencial y tres en la modalidad virtual.

Ha dirigido varios grupos de trabajo presenciales y virtuales, y actualmente soy profesor de Grado y Postgrado en la Universidad Abierta Interamericana - UAI (Sede Buenos Aires). Periodista editor en un diario dedicado a la construcción.

Contacto:

uai.extension@uai.edu.ar



Envíanos un mensaje en WhatsApp:



+ 54 9 11 5594 9903

+ 54 9 11 2660 3030

Universidad Abierta Inter
UAI