



**2026**

**DIPLOMATURA EN**

## **Gestión Profesional de Redes Sociales y Marketing Digital**

**Desarrollo de habilidades prácticas para planificar, ejecutar y optimizar estrategias de comunicación y marketing 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 03 de agosto al 23 de diciembre de 2026.

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

## Aranceles:

### Externos:

Matrícula: \$40.000.-

Contado: \$403.200.- o 5 cuotas de \$80.640.-

### Comunidad UAI\*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$40.000.-

Contado: \$282.000.- o 5 cuotas de \$56.400.-

### Club La Nación/Clarín 365\*\*:

Matrícula: \$40.000.-

Contado: \$322.560.- o 5 cuotas de \$64.512.-

### Extranjeros no residentes en Argentina\*\*\*:

Matrícula: USD 48.-

Contado: USD 432.- o 5 cuotas de USD 86,40.-

(\*) 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.

## Dirigido a:

- **Emprendedores y dueños de negocios** que desean posicionar su marca, producto o servicio en redes sociales de forma profesional, gestionando su propia comunicación digital.
- **Estudiantes y egresados de carreras vinculadas a la comunicación** como publicidad, marketing, diseño, periodismo, relaciones públicas, comunicación social o audiovisual, interesados en especializarse en el ámbito digital.
- **Profesionales de áreas comerciales, ventas o atención al cliente** que buscan actualizarse para aplicar herramientas digitales en procesos de captación, fidelización y soporte al cliente.
- **Community managers y freelancers** con experiencia empírica o formación autodidacta que deseen sistematizar conocimientos, mejorar sus resultados y ampliar sus oportunidades laborales.
- **Integrantes de equipos de comunicación institucional** de empresas, pymes, cooperativas, ONGs o entidades públicas, que necesiten fortalecer su presencia digital con estrategias efectivas y medibles.
- **Personas en proceso de reconversión laboral** que buscan nuevas oportunidades profesionales en el ámbito digital, ya sea en relación de dependencia o como servicio independiente.

## Beneficios:

- Formación integral y actualizada en marketing digital, redes sociales e inteligencia artificial, con un enfoque práctico basado en casos reales y herramientas profesionales.
- Desarrollo de estrategias, contenidos y campañas aplicables a proyectos propios, con acompañamiento de docentes con experiencia en la industria.

## Objetivos:

- Comprender el ecosistema digital actual y el rol estratégico de las redes sociales.
- Analizar dinámicas, tendencias y comportamientos en entornos digitales.
- Diseñar estrategias de contenido adaptadas a objetivos, públicos y plataformas.
- Integrar recursos narrativos, visuales y técnicas de copywriting.
- Utilizar herramientas de gestión, planificación y automatización de redes sociales.
- Medir y analizar métricas clave para evaluar el rendimiento de campañas.
- Aplicar publicidad digital (Meta Ads y Google Ads) con objetivos concretos.
- Interpretar KPIs para optimizar decisiones y resultados.
- Construir y fortalecer marcas mediante branding y marketing de contenidos.
- Desarrollar creatividad, pensamiento analítico y capacidad de actualización constante.

## 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:

- Al finalizar la diplomatura, los participantes comprenderán el ecosistema digital y el rol estratégico de las redes sociales.
- Serán capaces de diseñar y ejecutar estrategias de contenido adaptadas a distintos objetivos y públicos.
- Desarrollarán habilidades prácticas en creación de contenidos y copywriting.
- Podrán gestionar redes sociales con herramientas profesionales de planificación y monitoreo.
- Aplicarán campañas de publicidad digital en Meta Ads y Google Ads.
- Interpretarán métricas y KPIs para optimizar resultados.
- Incorporarán conocimientos de branding e identidad digital.
- Construirán y posicionarán marcas personales o institucionales.
- Contarán con un portafolio de trabajos aplicados para el ámbito profesional.
- Desarrollarán pensamiento estratégico, creatividad y capacidad de adaptación al entorno digital.

## Fundamentación:

En un mundo hiperconectado, donde las redes sociales influyen directamente en las decisiones de consumo, la gestión profesional de la comunicación digital se ha convertido en una herramienta estratégica clave para marcas, emprendimientos y organizaciones de todo tipo.

La **Diplomatura en gestión profesional de redes sociales y marketing digital** ofrece una formación integral y actualizada para quienes buscan desarrollarse en un entorno dinámico, creativo y en constante evolución. A lo largo del cursado, los y las estudiantes adquirirán competencias para diseñar, implementar y optimizar estrategias digitales eficaces, a partir del uso de contenidos relevantes, herramientas tecnológicas, análisis de métricas y campañas publicitarias orientadas a resultados.

## Enfoque general:

La Diplomatura propone un enfoque teórico-práctico, interdisciplinario y orientado a la acción, que articula conocimientos de comunicación, marketing, diseño, análisis de datos y tecnología para formar profesionales capaces de gestionar de forma integral la presencia digital de marcas, emprendimientos y organizaciones. Se prioriza una mirada estratégica y actualizada del ecosistema digital, con especial atención al uso profesional de las redes sociales como canales de construcción de marca, interacción con audiencias y generación de valor. La propuesta combina herramientas creativas (como el storytelling y el diseño de contenidos) con recursos técnicos (como el análisis de métricas, segmentación de audiencias y campañas publicitarias en plataformas digitales).

## Contenidos:

### Módulo 1: Fundamentos de la presencia digital (03.08 al 24.08.2026)

- Introducción a la diplomatura y objetivos generales (03.08)
- Ecosistema digital actual: plataformas y tendencias (06.08)
- Identidad digital y branding personal/marca (10.08)
- Público objetivo: segmentación y buyer persona (13.08)
- Estrategias de presencia online (17.08)
- Herramientas para diagnóstico y análisis de presencia digital (20.08)
- Las redes sociales, diferencias e importancia en la comunicación (24.08)

### Módulo 2: Community management profesional (27.08 al 21.09.2026)

- Rol del Community Manager: funciones y desafíos (27.08)
- Planificación de contenidos: tipos y frecuencia (31.08)
- Calendarios editoriales y herramientas de planificación (03.09)
- Gestión de comunidades: engagement y moderación (07.09)
- Herramientas para gestionar múltiples cuentas (10.09)
- Atención al cliente 2.0 y reputación online (14.09)
- Manejo de crisis en redes sociales (17.09)
- Métricas clave de gestión comunitaria (21.09)

### **Módulo 3: Marketing digital estratégico (24.09 al 15.10.2026)**

Introducción al marketing digital y su evolución (24.09)  
Funnel de conversión y experiencia del usuario (28.09)  
SEO vs SEM aplicado a redes (01.10)  
Automatización y CRM para redes sociales (05.10)  
Influencers y marketing de afiliación (08.10)  
KPIs y medición de resultados (12.10)  
Marketing ético y responsable (15.10)

### **Módulo 4: Copywriting y storytelling digital (19.10 al 09.11.2026)**

Principios del copywriting en plataformas digitales (19.10)  
Estructuras de textos persuasivos (22.10)  
Storytelling aplicado a marcas y productos (26.10)  
Escritura emocional y conversacional (29.10)  
La estructura del viaje del héroe. (02.11)  
Tipos de historia (inspiracional, testimonial, educativa).(05.11)  
Llamadas a la acción (CTAs) efectivas (09.11)

### **Módulo 5: Publicidad en redes sociales (12.11 al 30.11.2026 )**

Introducción al Social Ads: objetivos y plataformas (12.11)  
Facebook & Instagram Ads desde cero (16.11)  
TikTok Ads y video performance (19.10)  
Google Ads y YouTube (23.11)  
Segmentación avanzada y retargeting (26.11)  
Análisis de campañas y optimización (30.11)

### **Módulo 6: Estrategias avanzadas y herramientas pro (03.12 al 21.12.2026)**

Estrategias multicanal: cuándo y cómo integrarlas (03.12)  
Gestión de campañas 360° (07.12)  
Herramientas avanzadas de analítica y reporting (10.11)  
Tendencias futuras en redes sociales (14.12)  
Trabajo final integrador: proyecto real de gestión de redes (17.12 -21.12-23-12)

## **Metodología:**

La diplomatura se desarrolla bajo una metodología teórico-práctica orientada a la aplicación real de conocimientos en contextos digitales. Se combinan clases expositivas, análisis de casos, ejercicios prácticos y desarrollo de proyectos aplicados.

Se promueve el aprendizaje activo mediante el uso de herramientas profesionales y simulación de campañas reales. Los contenidos se organizan de manera progresiva, favoreciendo la integración de saberes y la resolución de problemas concretos. Se fomenta la participación, el intercambio y el trabajo colaborativo entre los participantes. La modalidad flexible permite actualizar competencias y adaptarse a las demandas cambiantes del entorno digital.

## Evaluación:

La evaluación de la diplomatura se realiza de manera continua y práctica, considerando el desarrollo de proyectos, campañas y contenidos digitales aplicados.

Se valoran tanto la planificación estratégica como la ejecución de acciones en entornos reales y simulados.

Los participantes deberán presentar un portafolio final que integre trabajos, estrategias y métricas de desempeño.

Se incluyen ejercicios de análisis de datos, resolución de casos y aplicación de herramientas digitales.

La acreditación se otorga al cumplir con los proyectos prácticos y demostrar competencias adquiridas a lo largo del programa.

## Bibliografía:

### Textos elaborados por Mg. José A. Lemos para la diplomatura

**Lemos, José A. (2026).** Estrategias de Contenido Digital: Teoría y Práctica Integral para Redes Sociales. Documento de trabajo preparado especialmente para la diplomatura, que desarrolla estructuras narrativas, formatos, planificación editorial y mejores prácticas aplicadas a redes sociales.

**Lemos, José A. (2026).** Inteligencia Artificial y Análisis de Datos en Marketing Digital.

Material docente diseñado para la diplomatura que explica conceptos de IA, métricas, automatización y toma de decisiones basada en datos dentro de campañas y estrategias digitales.

**Gómez, M., & Ruiz, P. (2025).** Marketing Digital Estratégico: Del Plano Conceptual a la Práctica. Editorial Innovación.

Aborda planificación estratégica y adaptación a tendencias del entorno digital.

**Fernández, A. (2024).** Redes Sociales y Comportamiento del Consumidor. Ediciones Comunicación Global.

Analiza interacciones de audiencia y su impacto en estrategias de marca.

**Moreno, L., & Pérez, J. (2023).** Data Analytics para Redes Sociales: Métricas, KPIs y Optimización. Editorial TecnoCom.

Manual práctico sobre interpretación de datos y métricas clave para mejorar campañas.

**Sánchez, R. (2025).** Publicidad Digital: Meta Ads, Google Ads y Estrategias de Conversión. Ediciones Publicitas.

Guía actualizada sobre diseño y evaluación de campañas de pago en plataformas digitales.

**López, V., & García, E. (2024).** Identidad Digital y Branding en la Era de las Redes Sociales. Editorial Marcas y Medios.

Desarrollo de marca personal e institucional en ecosistemas sociales digitales.

**Torres, C. (2026).** Inteligencia Artificial en la Comunicación Digital: Oportunidades y Desafíos. Ediciones Conecta.

Análisis contemporáneo sobre aplicaciones de IA en estrategias de comunicación y marketing.

**Ruiz, S., & Navarro, T. (2023).** Estrategias de Contenido Digital: Storytelling, UX y Engagement. Editorial Creativa.

Texto práctico sobre creación de contenidos que generan interacción y fidelización.

## A cargo de:

**José Abel Lemos Legajo.** Mg. 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.

