



**2026**

**CURSO**

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

**Impulsá tu marca desde cero aprendiendo a construir una presencia digital sólida, estratégica y atractiva en redes sociales.**

(\*) 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:** 20 horas.

## Días y horarios:

Del 03 al 24 de agosto de 2026.

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

## Aranceles:

### Externos:

Matrícula: \$51.200.-

+ 1 pago de \$204.800.-

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

Matrícula: \$51.200.-

+ 1 pago de \$159.360.-

### Club La Nación/Clarín 365\*\*:

Matrícula: \$51.200.-

+ 1 pago de \$163.840.-

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

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

## 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.

## Beneficios:

- Aprenderás a construir una presencia digital sólida y coherente desde cero.
- Mejorarás la visibilidad de tu marca personal o emprendimiento en redes sociales.
- Incorporarás estrategias de contenido que generan interacción y crecimiento real.

## 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.

## Resultados de aprendizaje:

- Identificar los principales conceptos de presencia digital en redes sociales, reconociendo sus componentes clave en distintos contextos de comunicación online.
- Analizar perfiles y marcas en redes sociales, evaluando su coherencia, identidad y estrategia de contenido según criterios profesionales.
- Diseñar una estrategia básica de presencia digital, definiendo objetivos, público objetivo y lineamientos de contenido adecuados a una marca o proyecto.
- Crear contenidos digitales para redes sociales, aplicando principios de claridad, atractivo visual y adecuación al público definido.
- Gestionar perfiles en redes sociales, utilizando herramientas y buenas prácticas para mantener una comunicación constante y efectiva.

## 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.

## Contenidos:

### 1- Introducción a la diplomatura y objetivos generales (03.08)

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.

## **2- Ecosistema digital actual: plataformas y tendencias (06.08)**

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?

## **3- Identidad digital y branding personal/marca (10.08)**

¿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.

## **4- Público objetivo: segmentación y buyer persona (13.08)**

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.

## **5- Estrategias de presencia online (17.08)**

¿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.

## **6- Herramientas para diagnóstico y análisis de presencia digital (20.08)**

¿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.

## **7- Las redes sociales: diferencias e importancia en la comunicación (24.08)**

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.

## **Evaluación:**

La evaluación será continua y basada en la resolución de actividades prácticas aplicadas a casos reales o proyectos propios.  
Se valorará la participación, la coherencia estratégica y la correcta aplicación de los contenidos desarrollados durante el curso.

## Metodología:

La metodología del curso se basa en un enfoque práctico, dinámico y orientado a resultados, que integra un conjunto organizado de técnicas, estrategias y actividades diseñadas para facilitar el aprendizaje significativo en personas que ya han completado su formación formal. Se promoverá la actualización de conocimientos y el desarrollo de nuevas competencias a través de clases teórico-prácticas, análisis de casos reales, ejercicios aplicados y resolución de problemas vinculados al entorno digital.

El proceso formativo combinará instancias asincrónicas y sincrónicas, favoreciendo la flexibilidad y la adaptación a los tiempos de los participantes. Se utilizarán recursos digitales, guías de trabajo y herramientas de gestión de redes sociales que permitan la aplicación inmediata de los contenidos.

## Bibliografía:

**Lemos, José Abel.** Fundamentos de la presencia digital en redes sociales. Material propio elaborado para la diplomatura.

**Philip Kotler, Svend Hollensen y Marc Opresnik.** Marketing en redes sociales: un enfoque práctico.

**Brian Solis.** ¡Participa!: Guía completa para que marcas y empresas construyan, cultiven y midan el éxito en la web social.

**Gary Vaynerchuk.** ¡Aplástalo!: Por qué ahora es el momento de capitalizar tu pasión.

**Dan Zarrella.** El libro del marketing en redes sociales.

## A cargo de:

**Lemos, José Abel.** Mg. Comunicación Digital. Gestión Informática – Social Media.

*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.*