



2026

DIPLOMATURA EN

Estrategias de Comunicación y Producción de Contenidos

**Narrativa, identidad, experiencia y toma de decisiones
en entornos contemporáneos.**

(*) 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: 100 horas. 75 horas sincrónicas + 25 horas asincrónicas.

Días y horarios:

Del 09 de junio al 24 de noviembre de 2026.

Martes de 17.00 a 20.00 Hs. + Actividad asincrónica.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$50.000.-

Contado: \$415.000.- o 6 cuotas de \$76.500.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$50.000.-

Contado: \$290.400.- o 6 cuotas de \$53.550.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$50.000.-

Contado: \$332.650.- o 6 cuotas de \$61.200.-

Extranjeros no residentes en Argentina***:

Matrícula: USD 40.-

Contado: USD 300.- o 6 cuotas de USD 55.-

(*) 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:

- Profesionales y estudiantes avanzados de comunicación, periodismo, marketing y carreras afines
- Creadores de contenido, productores audiovisuales y perfiles vinculados a medios digitales
- Emprendedores y profesionales que desarrollen estrategias de comunicación y posicionamiento en entornos digitales.

Beneficios:

- Desarrollo de criterio estratégico para el diseño de contenidos y experiencias comunicacionales en entornos digitales
- Integración de herramientas narrativas, perceptivas y productivas aplicables a contextos profesionales reales
- Aplicación práctica de los conocimientos adquiridos mediante el desarrollo de un proyecto comunicacional integral.

Objetivos:

- Comprender las transformaciones del ecosistema comunicacional contemporáneo y su impacto en la producción de contenidos.
- Integrar herramientas narrativas, estratégicas y perceptivas en el diseño de propuestas comunicacionales.
- Analizar el rol de la identidad, la experiencia y la construcción de sentido en la comunicación digital.
- Desarrollar capacidades para planificar y producir contenidos audiovisuales en distintos formatos y plataformas.
- Diseñar estrategias de comunicación coherentes con audiencias, objetivos y contextos de aplicación.
- Incorporar criterios de toma de decisiones en escenarios de alta complejidad comunicacional.

Resultados de aprendizaje:

- Analizar estrategias de comunicación digital integrando dimensiones narrativas, perceptivas y estratégicas en contextos reales de aplicación.
- Diseñar propuestas de contenido coherentes con la identidad de marca, objetivos comunicacionales y características de audiencias específicas.
- Planificar contenidos audiovisuales seleccionando formatos, plataformas y recursos adecuados según objetivos y contextos de comunicación.
- Producir piezas audiovisuales aplicando criterios narrativos, técnicos y estratégicos propios de entornos digitales contemporáneos.
- Desarrollar transmisiones en vivo incorporando lógica narrativa, interacción con audiencias y objetivos comunicacionales definidos.
- Aplicar modelos de toma de decisiones en comunicación considerando variables cognitivas, perceptivas y contextuales.
- Integrar los conocimientos adquiridos en el diseño de un proyecto comunicacional integral, fundamentado conceptualmente y orientado a su implementación.

Resultados esperados:

- Al finalizar la Diplomatura, los participantes habrán incorporado conocimientos sobre el funcionamiento del ecosistema comunicacional contemporáneo, comprendiendo la convergencia de formatos, plataformas y audiencias en entornos digitales.
- Habrán desarrollado una comprensión integral de los procesos de construcción de identidad, narrativa y percepción en la comunicación, así como de su impacto en la generación de experiencias significativas.
- Contarán con conocimientos teóricos y prácticos en planificación y producción de contenidos audiovisuales, incluyendo el uso estratégico de distintos formatos, plataformas y dinámicas de interacción.
- Asimismo, habrán incorporado herramientas conceptuales para el análisis de la toma de decisiones en comunicación, integrando dimensiones cognitivas, perceptivas y contextuales.

- Finalmente, dispondrán de un marco metodológico para el diseño y desarrollo de propuestas comunicacionales integrales, articulando los distintos componentes abordados a lo largo del trayecto formativo.

Enfoque general:

La Diplomatura se inscribe en el marco de las transformaciones del ecosistema comunicacional contemporáneo, caracterizado por la convergencia de formatos, la expansión de plataformas digitales, la automatización de contenidos y la creciente necesidad de diferenciación simbólica.

En este contexto, los profesionales de la comunicación requieren integrar competencias narrativas, estratégicas, perceptivas y productivas que les permitan diseñar experiencias coherentes y relevantes para audiencias diversas.

La propuesta formativa articula identidad, branding, percepción, producción audiovisual, streaming y análisis del comportamiento de audiencias, desde una perspectiva comunicacional y estratégica.

Lejos de enfoques exclusivamente técnicos o instrumentales, la Diplomatura prioriza el desarrollo de criterio profesional, pensamiento crítico y capacidad de diseño estratégico de contenidos y experiencias.

Contenidos:

- **Percepción y construcción de sentido en la comunicación contemporánea:** procesos perceptivos, experiencia del usuario y economía de la atención.
- **Identidad y branding:** construcción de marca personal y organizacional, narrativa identitaria y posicionamiento estratégico.
- **Narrativas digitales:** storytelling, formatos emergentes y construcción simbólica en plataformas digitales.
- **Producción de contenidos audiovisuales:** planificación, guion, realización y adaptación a distintos formatos y medios.
- **Streaming y comunicación en vivo:** diseño de transmisiones, interacción en tiempo real y lógica del contenido en vivo.
- **Plataformas y desarrollo de audiencias:** estrategias de crecimiento, distribución y monetización de contenidos (con foco en video digital).
- **Toma de decisiones en comunicación:** sesgos cognitivos, percepción y criterios estratégicos aplicados a la comunicación.

Evaluación:

La propuesta se complementa con instancias de trabajo autónomo asincrónico, orientadas a la profundización de contenidos y al avance del Trabajo Final Integrador.

Calendario de encuentros:

MÓDULO 1 — BRANDING HUMANO

- 09/06 — Contexto y crisis de identidad.
- 16/06 — Identidad y construcción subjetiva.
- 23/06 — Branding humano vs marca personal.
- 30/06 — Percepción y posicionamiento.
- 07/07 — Ejes estratégicos y narrativa personal (integración).

MÓDULO 2 — NARRATIVAS DIGITALES E IDENTIDAD

- 14/07 — El yo en la pantalla: identidad y desarrollo + cultura digital y subjetividad.
- 21/07 — Tendencias virales y análisis crítico + grupo social digital.
- 28/07 — Sujeto productor y producido + lógica de creación de contenido.
- 04/08 — Sharenting y exposición + riesgos y construcción de identidad.
- 11/08 — Ética, cuidado e intervención adulta + integración y cierre.

MÓDULO 3 — MARKETING SENSORIAL

- 18/08 — Percepción y construcción de sentido + economía de la atención.
- 25/08 — Fundamentos del marketing sensorial + estímulo vs experiencia.
- 01/09 — Identidad de marca y percepción + coherencia sensorial.
- 08/09 — Tecnología y percepción + diseño de experiencias sensoriales.
- 15/09 — Casos, aplicación + ética e integración final.

MÓDULO 4 — CREADOR AUDIOVISUAL 360

- 22/09 — Ecosistema audiovisual digital + narrativa audiovisual.
- 29/09 — Diseño de contenido + definición de formatos.
- 06/10 — Producción audiovisual + guion y lenguaje visual.
- 13/10 — Edición, postproducción + streaming (lógica del vivo).
- 20/10 — Distribución, crecimiento + identidad del creador y cierre.

MÓDULO 5 — YOUTUBE COMO MOTOR DE CRECIMIENTO

- 27/10 — Ecosistema YouTube + algoritmo y lógica de la plataforma.
- 03/11 — Estrategia editorial + definición de canal.
- 10/11 — Formatos, producción + construcción de contenido.
- 17/11 — Optimización (SEO) + métricas y análisis.
- 24/11 — Monetización + integración y proyecto final.

TRABAJO FINAL INTEGRADOR (TFI)

Metodología:

La Diplomatura se desarrollará bajo una modalidad teórico-práctica, combinando instancias de exposición conceptual con actividades aplicadas orientadas a la resolución de situaciones reales del campo de la comunicación.

Se trabajará a partir de clases sincrónicas, análisis de casos, ejercicios prácticos y dinámicas de reflexión, promoviendo la participación activa de los participantes y el intercambio de experiencias profesionales.

A lo largo del trayecto, se propondrá el desarrollo progresivo de un proyecto comunicacional, que permitirá integrar los contenidos abordados en cada módulo y favorecer la transferencia de los aprendizajes a contextos concretos de aplicación.

Bibliografía:

Daniel Kahneman (2011). Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux.

Antonio Damasio (1994). Descartes' Error: Emotion, Reason and the Human Brain. Putnam.

Philip Kotler (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley.

Seth Godin (2018). This is Marketing. Portfolio.

Henry Jenkins (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press.

Yuval Noah Harari (2018). 21 Lessons for the 21st Century. Penguin Random House.

Robert McKee (1997). Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting. HarperCollins.

Donald Norman (2013). The Design of Everyday Things. Basic Books.

Marshall McLuhan (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. McGraw-Hill.

Pierre Bourdieu (1996). On Television. New Press.

A cargo de:

A cargo de <https://www.dosunos.com/>.