



2026

CURSO DE

Community Manager Profesional: Estrategias para crecer en Redes

**Aprende a crear contenido, construir comunidad y
potenciar tu marca 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: 8 horas.

Días y horarios:

Del 13 de octubre al 10 de noviembre de 2026.

Martes de 19.00 a 21.00 Hs.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$32.000.-

+ 1 pago de: \$128.000.-

Comunidad UAI**/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$32.000.-

+ 1 pago de: \$99.600.-

Club La Nación/Clarín 365*:

Matrícula: \$32.000.-

+ 1 pago de: \$102.400.-

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

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

Dirigido a:

- Interesados en adquirir conocimientos y destrezas para comunicar a través de redes sociales y plataformas digitales.
- Todos aquellos que quieran profundizar en redes sociales y medios digitales, para su actual empleo o como salida laboral futura.
- Emprendedores y todo aquel que necesite gestionar comunicaciones en la web.

Beneficios:

- Desarrollo de habilidades profesionales en gestión de redes sociales.
- Aprendizaje de estrategias para crear contenido atractivo y generar engagement.
- Capacidad para planificar y analizar una estrategia de social media.

Objetivos:

Conocer como ser Community Manager, administrando redes sociales, para utilizar y producir contenidos en plataformas de medios sociales, generando interacción con una comunidad virtual. Nociones de marketing digital. Realización de campañas de marketing y social media.

Resultados de aprendizaje:

- Identificar las principales características y dinámicas de las redes sociales para su utilización estratégica en la comunicación digital.
- Gestionar perfiles y comunidades en redes sociales aplicando buenas prácticas de community management.
- Diseñar contenidos digitales adecuados para distintas plataformas con el objetivo de generar interacción y engagement.
- Elaborar un plan básico de social media utilizando métricas y herramientas de análisis para evaluar resultados.

Resultados esperados:

Al finalizar el curso, los participantes comprenderán el rol del Community Manager y las dinámicas de las principales redes sociales. Serán capaces de gestionar perfiles y comunidades digitales de manera estratégica. Podrán diseñar contenidos adecuados para distintas plataformas con el fin de generar interacción y engagement. Además, desarrollarán un plan básico de social media y reconocerán métricas clave para evaluar el desempeño de sus acciones en redes sociales.

Fundamentación:

Community Management es la tarea de crear, gestionar y dinamizar tus contenidos a través de las redes sociales. Por eso te ofrecemos este curso básico, para que aprendas a administrar tus redes sociales de forma profesional, produciendo los contenidos adecuados para cada una de ellas.

Con los conocimientos adquiridos aprenderás a crear un calendario de social media, estableciendo formas y frecuencia para tus publicaciones.

Además, te enseñaremos a crear e innovar en contenido, para que se convierta en viral y logre un óptimo posicionamiento web.

Enfoque general:

Las redes sociales, que la mayor parte de la gente hoy maneja y nutre de contenido, cada vez están más presentes en nuestros ámbitos laborales, profesionales y de ocio. Por eso es necesario conocer su historia, lógica y cambios permanentes.

Se analiza el rol del Community Manager y los alcances de sus responsabilidades.

Este curso le aporta al alumno la posibilidad de incorporar conceptos y conocimientos claves para su futuro profesional y dispondrá de herramientas modernas para potenciar y complementar la eficiente Gestión de la Tecnología Informática.

Contenidos:

Módulo 1. La web y las redes sociales

Qué es la web 2.0. Surgimiento de las redes sociales. Desde la web 2.0 a la web 4.0. Características de las redes sociales en general y en particular: TikTok, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram.

Módulo 2: Cómo ser un Community Manager

Definición y rol del Community Manager, social media manager o administrador de medios digitales. Funciones del Community Manager: desarrollar comunidades, generar contenidos digitales, difundir contenidos, dinamizar comunidades, monitorear comunidades, monitorear contenidos. Tareas. Objetivos.

Módulo 3: Características y funcionalidades de las principales redes sociales

Uso de TikTok, Twitter, Instagram y Facebook. Características de cada una de las redes sociales. Normas básicas de uso. Funciones. Creación de contenidos en cada red social. Cómo crear y optimizar tu propio canal de YouTube. .

Conectando con la comunidad: Qué es el engagement, cómo se mide y ejemplos exitosos.

Concepto de segmentación y nuevos hábitos de consumo de los usuarios.

Módulo 4: Plan de social media y el contenido viral

Definición Creación de contenido viral en función del plan de Social Media.

Ejemplos de contenido viral. Creación de contenido: cómo generar material para cada red social. Formular un plan de Social Media.

Las principales métricas en las redes sociales: Usuarios, Sesiones, Duración de las sesiones, Visitas y Porcentaje de rebote.

Calendario de encuentros:

Módulo 1 - La web y las redes sociales.

Módulo 2 - Cómo ser un Community Manager.

Módulo 3 - Características y funcionalidades de las principales redes sociales.

Módulo 4 - Plan de social media y el contenido viral.

Evaluación:

Actividades prácticas (trabajo con devolución oral).

Metodología:

- Exposición teórica del profesor.
- Aula invertida.
- Resolución de distintos casos.
- Análisis de casos de empresas exitosas.

Bibliografía:

Lemos, José Abel. Estrategias de comunicación digital y gestión de comunidades en redes sociales. Material de cátedra elaborado para cursos de Comunicación Digital.

Lemos, José Abel. Community management y producción de contenidos en la web social. Documento de trabajo para formación en social media.

Ana Ivars. Social Media Marketing: Estrategias para crear contenido y construir comunidades online.

Vilma Núñez. Triunfagram: Estrategias para potenciar tu marca en Instagram y otras redes sociales.

Gary Vaynerchuk. Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World.

Ryan Holiday. Growth Hacker Marketing: El futuro del social media y el marketing digital.

David Meerman Scott. The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications and Blogs to Reach Buyers Directly.

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.