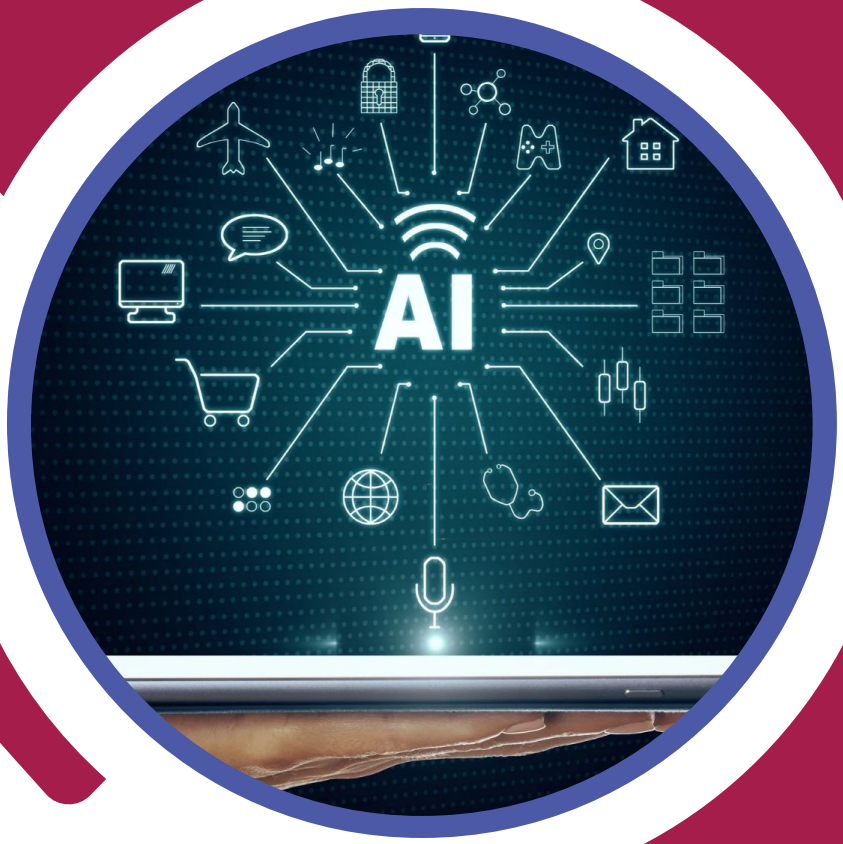
Modalidad **VIRTUAL**

Ciencia de la Comunicación
UAI



2027

DIPLOMATURA EN

Marketing Digital, Redes Sociales e Inteligencia Artificial

Planificá estrategias de marketing, gestioná Redes Sociales y aplicá IA en entornos online.

(*) 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.

+54 9 11 2660 3030 / +54 9 11 5594 9903

Duración: 102 horas.

Días y horarios:

Del 03 de abril al 04 de diciembre de 2027.
Sábados de 09.00 a 12.00 Hs.

Aranceles:

Externos:
Matrícula: $85.000.-
Contado: $685.000.- o 9 cuotas de $95.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:
Matrícula: $85.000.-
Contado: $480.000.- o 9 cuotas de $66.000.-

Club La Nación/Clarin 365:**
Matrícula: $85.000.-
Contado: $548.000.- o 9 cuotas de $76.000.-

Extranjeros no residentes en Argentina*:**
Matrícula: USD 130.-
Contado USD 1.100.- o 9 cuotas de USD 180.-

(*) 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, comerciantes, profesionales independientes, responsables de comunicación y marketing, Community Managers, creadores de contenido, estudiantes y personas interesadas en desarrollar competencias para gestionar marcas, campañas y negocios digitales.

Requisitos de admisión:

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

Beneficios:

El participante adquirirá herramientas para planificar acciones de marketing, producir contenidos con IA, gestionar redes, crear campañas publicitarias, interpretar métricas y desarrollar proyectos de negocio y venta online.

Calendario de encuentros:

Módulo 1: Fundamentos del Marketing Digital (03.04 al 08.05.2027) – 5 clases · 15 Hs.
Clase 1 – 03.04.2027: Introducción al marketing digital y estrategia.
Clase 2 – 10.04.2027: Evolución del marketing digital, canales y embudo de conversión.
Clase 3 – 17.04.2027: Audiencias, buyer persona y diagnóstico digital.
Clase 4 – 24.04.2027: El ecosistema digital: medios propios, ganados y pagos, y recorrido del cliente.
Clase 5 – 08.05.2027: Ética, privacidad y herramientas básicas.

Módulo 2: Inteligencia Artificial aplicada al Marketing (15.05 al 05.06.2027) – 4 clases · 12 Hs.
Clase 1 – 15.05.2027: Fundamentos de la IA generativa y prompts.
Clase 2 – 22.05.2027: IA para investigación, estrategia, textos y copywriting.
Clase 3 – 29.05.2027: IA para imagen, diseño, audio, video y automatización.
Clase 4 – 05.06.2027: Ética, legalidad y uso responsable de la IA.

Módulo 3: Narrativas y Contenidos Digitales con IA (12.06 al 26.06.2027) – 3 clases · 9 Hs.
Clase 1 – 12.06.2027: Narrativas digitales y storytelling de marca.
Clase 2 – 19.06.2027: Video corto, reels y edición.
Clase 3 – 26.06.2027: Podcast, narrativas interactivas y adaptación de narrativas a plataformas.

Módulo 4: Gestión Estratégica de Redes Sociales y Community Management (03.07 al 24.07.2027) – 4 clases · 12 Hs.
Clase 1 – 03.07.2027: Ecosistema de redes sociales y objetivos.
Clase 2 – 10.07.2027: Estrategia de contenidos y calendario editorial.
Clase 3 – 17.07.2027: Perfiles, identidad visual, community management y reputación online.
Clase 4 – 24.07.2027: Crisis, influencers, métricas sociales y tendencias.

Módulo 5: Publicidad Digital y Performance Marketing (31.07 al 21.08.2027) – 4 clases · 12 Hs.
Clase 1 – 31.07.2027: Fundamentos de la publicidad digital y Meta Ads.
Clase 2 – 07.08.2027: Segmentación, públicos y creatividades.
Clase 3 – 14.08.2027: Google Ads y SEM.
Clase 4 – 21.08.2027: Otras plataformas, remarketing y optimización.

Módulo 6: Marketing de Contenidos, SEO y Automatización (28.08 al 25.09.2027) – 5 clases · 15 Hs.
Clase 1 – 28.08.2027: Fundamentos y planificación del marketing de contenidos.
Clase 2 – 04.09.2027: Contenidos persuasivos y redacción para web.
Clase 3 – 11.09.2027: SEO: palabras clave y posicionamiento orgánico.
Clase 4 – 18.09.2027: Email marketing y newsletters.
Clase 5 – 25.09.2027: Automatización de marketing y flujos de trabajo con IA.

Módulo 7: Analítica Digital y Decisiones con Datos (02.10 al 16.10.2027) – 3 clases · 9 Hs.
Clase 1 – 02.10.2027: Introducción a la analítica digital y KPIs.
Clase 2 – 09.10.2027: Google Analytics 4 y comportamiento del usuario.

Clase 2 – 09.10.2027: Google Analytics 4 y comportamiento del usuario.
Clase 3 – 16.10.2027: Analítica con IA y optimización.

Módulo 8: Negocios Digitales, E-commerce y Monetización (23.10 al 13.11.2027) – 4 clases · 12 Hs.
Clase 1 – 23.10.2027: Modelos de negocio digital y casos de éxito.
Clase 2 – 30.10.2027: Diseño y validación de modelos, y e-commerce.
Clase 3 – 06.11.2027: Estrategias de monetización.
Clase 4 – 13.11.2027: Escalabilidad, tendencias y plan de negocio.

Módulo 9: Proyecto Final Integrador (27.11 al 04.12.2027) – 2 clases · 6 Hs.
Clase 1 – 27.11.2027: Tutoría y presentación de proyectos (primera parte).
Clase 2 – 04.12.2027: Presentación de proyectos (segunda parte) y cierre.

Total: 34 encuentros de 3 horas (102 horas reloj).
Todas las clases se dictan los sábados de 09:00 a 12:00 hs.

Objetivos:

- Comprender el ecosistema del marketing digital y planificar estrategias según objetivos y audiencias.
- Aplicar herramientas de inteligencia artificial a la investigación, producción de contenidos y automatización.
- Gestionar redes sociales y comunidades; diseñar campañas en plataformas publicitarias #Implementar acciones de SEO, email marketing y contenidos.
- Analizar indicadores para optimizar resultados.

Resultados de aprendizaje:

- Diagnosticar marcas y definir objetivos, audiencias y estrategias digitales.
- Aplicar IA a investigación, contenidos, diseño y automatización de tareas.
- Gestionar redes y campañas; implementar contenidos, SEO y acciones de conversión.
- Analizar métricas y desarrollar un proyecto integral de marketing digital.

Resultados esperados:

Al finalizar, los participantes podrán planificar estrategias de marketing, investigar audiencias y utilizar IA para producir contenidos.

Podrán gestionar redes, diseñar campañas publicitarias, aplicar SEO y automatización, e interpretar indicadores para optimizar resultados.

Integrarán estos conocimientos en un proyecto final que contemple estrategia, contenidos, campañas y modelo de negocio digital.

Enfoque general:

La diplomatura propone una formación integral en marketing digital, redes sociales e inteligencia artificial. Aborda la planificación estratégica, el conocimiento de audiencias, la creación de contenidos, la gestión de comunidades, la publicidad digital, el posicionamiento en buscadores, la analítica y los modelos de negocio online. Integra herramientas y actividades prácticas para diseñar, implementar y evaluar estrategias digitales aplicables a marcas, emprendimientos y organizaciones.

Contenidos:

Módulo 1. Fundamentos del Marketing Digital (03.04 al 08.05.2027) – 5 clases · 15 Hs.

Clase 1 – 03.04.2027: Introducción al marketing digital y estrategia. Evolución del marketing tradicional al digital. Comportamiento del consumidor online. Objetivos SMART. Presentación de la diplomatura, la metodología y el proyecto final.

Clase 2 – 10.04.2027: Evolución del marketing digital, canales y embudo de conversión. Hitos de la evolución digital: de la web 1.0 a las redes sociales, el mundo móvil y la inteligencia artificial. Principales canales del marketing digital: buscadores, redes sociales, email, contenidos, publicidad y mensajería. Marketing de atracción (inbound) y de interrupción (outbound). Embudo de conversión: atracción, consideración, conversión y fidelización, con indicadores en cada etapa. Taller: mapa de canales y embudo de una marca.

Clase 3 – 17.04.2027: Audiencias, buyer persona y diagnóstico digital. Cómo comprender a las audiencias en línea. Buyer persona. Hábitos de uso de internet y redes en Argentina. Investigación de la competencia y benchmarking con herramientas gratuitas. Taller: diagnóstico de la presencia digital de una marca.

Clase 4 – 24.04.2027: El ecosistema digital: medios propios, ganados y pagos, y recorrido del cliente. Canales, plataformas y actores del ecosistema digital. Medios propios, ganados y pagos: diferencias y cómo se combinan. Recorrido del cliente (customer journey) y puntos de contacto. Integración de canales y experiencia omnicanal. Taller: recorrido del cliente de una marca.

Clase 5 – 08.05.2027: Ética, privacidad y herramientas básicas. Noticias falsas y verificación de fuentes. Protección de datos personales (Ley 25.326). Principios del marketing ético y responsable. Herramientas de organización, diseño y publicación (Canva, Meta Business Suite, Google Workspace). Armado del plan de marketing inicial y elección del tema del proyecto final.

Módulo 2. Inteligencia Artificial aplicada al Marketing (15.05 al 05.06.2027) – 4 clases · 12 Hs.

Clase 1 – 15.05.2027: Fundamentos de la IA generativa y prompts. Qué es la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y los modelos de lenguaje. Capacidades, límites y alucinaciones: cómo verificar. Panorama de herramientas de texto, imagen, audio y video. Estructura de un buen prompt: rol, contexto, tarea y formato. Taller: primera biblioteca de prompts para marketing.

Clase 2 – 22.05.2027: IA para investigación, estrategia, textos y copywriting. Análisis de mercado, competencia y audiencias con IA. Creación de buyer personas y mapas de empatía. Síntesis de informes y documentos. Redacción de copys, guiones y newsletters con adaptación del tono de marca. Fórmulas de persuasión (AIDA, PAS). Técnicas de iteración y uso de ejemplos en los prompts. Validación humana y control de calidad de los resultados. Taller: estrategia de marketing asistida por IA y serie de piezas de texto para una campaña.

Clase 3 – 29.05.2027: IA para imagen, diseño, audio, video y automatización. Generación y edición de imágenes con IA. Diseño con Canva y herramientas asistidas. Coherencia visual de marca. Derechos de autor y límites de uso. Guion y edición asistida de reels y videos cortos. Subtítulos, locuciones y traducción automática. Flujos de trabajo con herramientas sin código (Zapier, Make). Chatbots y asistentes para atención por WhatsApp e Instagram. Casos de uso en pymes y emprendimientos. Taller: kit visual de una marca.

Clase 4 – 05.06.2027: Ética, legalidad y uso responsable de la IA. Sesgos, transparencia y etiquetado de contenidos generados con IA. Privacidad de datos al usar herramientas. Deepfakes y desinformación. Uso de voces e imágenes con consentimiento. Políticas internas de uso. Taller integrador: flujo de trabajo con IA para un proyecto.

Módulo 3. Narrativas y Contenidos Digitales con IA (12.06 al 26.06.2027) – 3 clases · 9 Hs.

Clase 1 – 12.06.2027: Narrativas digitales y storytelling de marca. Evolución del storytelling: de lo tradicional a lo digital. Narrativas lineales, no lineales y transmedia. Elementos de una historia de marca exitosa. Storytelling visual: infografías y gráficos narrativos con Canva o Piktochart. Apoyo de la IA en el desarrollo del relato.

Clase 2 – 19.06.2027: Video corto, reels y edición. Guion, grabación y edición de videos cortos y reels con CapCut y Adobe Express. Principios de diseño aplicados al contenido digital. Subtítulos y edición asistida por IA. Taller: producción de un reel.

Clase 3 – 26.06.2027: Podcast, narrativas interactivas y adaptación de narrativas a plataformas. Grabación, edición y publicación de podcasts con Audacity. Guion con apoyo de IA. Contenido interactivo: encuestas, quizzes y simulaciones. Experiencias inmersivas: realidad aumentada y videos 360°. Estrategias para Instagram, TikTok, YouTube y LinkedIn. Adaptación a blogs y sitios web. Optimización de formato y engagement. Taller: una misma historia en varios formatos.

Módulo 4. Gestión Estratégica de Redes Sociales y Community Management (03.07 al 24.07.2027) – 4 clases · 12 Hs.

Clase 1 – 03.07.2027: Ecosistema de redes sociales y objetivos. Importancia de las redes en la comunicación actual. Características de Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, YouTube y X. Objetivos de alcance, interacción y conversión. Elección de plataformas según la audiencia ideal y los buyer personas.

Clase 2 – 10.07.2027: Estrategia de contenidos y calendario editorial. Pilares de contenido. Publicaciones, historias, reels y videos. Tendencias y hashtags. Calendario editorial con apoyo de IA. Taller: calendario de contenidos de 30 días para una marca.

Clase 3 – 17.07.2027: Perfiles, identidad visual, community management y reputación online. Configuración profesional de perfiles en Instagram, LinkedIn y otras plataformas. Estética visual coherente con la marca. Rol del community manager. Gestión de interacciones y construcción de comunidades. Manual de tono y voz. Atención al cliente por mensajes y respuestas asistidas por IA. Meta Business Suite. Monitoreo y escucha social para seguir la reputación de la marca.

Clase 4 – 24.07.2027: Crisis, influencers, métricas sociales y tendencias. Protocolos de crisis y análisis de casos reales. Influencer marketing: selección de creadores y microinfluencers, armado de briefs, marketing de afiliación y medición de resultados. Interpretación de métricas clave: engagement, alcance y conversiones. Herramientas como Hootsuite, Buffer y Meta Insights. Informe mensual de resultados. Tendencias: social commerce, contenido generado con IA y realidad aumentada. Taller: informe de métricas.

Módulo 5. Publicidad Digital y Performance Marketing (31.07 al 21.08.2027) – 4 clases · 12 Hs.

Clase 1 – 31.07.2027: Fundamentos de la publicidad digital y Meta Ads. Ecosistema publicitario digital. Modelos de compra: CPM, CPC y CPA. Objetivos de campaña y presupuesto. Meta Ads: estructura de campaña, conjunto de anuncios y anuncio. Administrador de anuncios. Píxel y medición de conversiones.

Clase 2 – 07.08.2027: Segmentación, públicos y creatividades. Públicos personalizados y similares. Segmentación para maximizar el impacto. Pruebas A/B. Creatividades y copys de anuncios con apoyo de IA. Políticas publicitarias. Taller: armado de una campaña en Meta Ads.

Clase 3 – 14.08.2027: Google Ads y SEM. Red de búsqueda y palabras clave. Calidad del anuncio. Campañas Performance Max y YouTube Ads. Estructura básica de una cuenta. Taller: campaña de búsqueda.

Clase 4 – 21.08.2027: Otras plataformas, remarketing y optimización. TikTok Ads y LinkedIn Ads. Estrategias de remarketing. Introducción a la publicidad programática. Interpretación de resultados: CPA y ROAS. Técnicas para reducir el costo por adquisición y aumentar la conversión. Reglas de optimización y escalado. Taller: presentación de una campaña completa.

Módulo 6. Marketing de Contenidos, SEO y Automatización (28.08 al 25.09.2027) – 5 clases · 15 Hs.

Clase 1 – 28.08.2027: Fundamentos y planificación del marketing de contenidos. Qué es el marketing de contenidos y por qué es clave. Principios del inbound marketing. Objetivos: branding, generación de leads y fidelización. Contenido y embudo de conversión. Plan de marketing de contenidos paso a paso. Calendario editorial multicanal y matriz de contenidos.

Clase 2 – 04.09.2027: Contenidos persuasivos y redacción para web. Redacción persuasiva y storytelling para conectar emocionalmente. Producción de blogs, ebooks, newsletters, videos e infografías. Redacción para web: estructura, titulares y lectura rápida. Producción asistida por IA con control editorial. Taller: pieza de contenido persuasivo para un blog.

Clase 3 – 11.09.2027: SEO: palabras clave y posicionamiento orgánico. SEO on page e intención de búsqueda. Investigación de palabras clave. Optimización de títulos, descripciones y estructura de los contenidos. Cómo cambian las búsquedas con respuestas generadas por IA. Herramientas como SEMrush. Taller: optimización SEO de un artículo.

Clase 4 – 18.09.2027: Email marketing y newsletters. Construcción de listas y segmentación. Diseño y redacción de newsletters. Lead magnets. Métricas de email marketing: aperturas, clics y conversiones. Buenas prácticas y protección de datos personales. Taller: newsletter para una marca.

Clase 5 – 25.09.2027: Automatización de marketing y flujos de trabajo con IA. Secuencias automatizadas y nutrición de leads. Introducción a CRM. Flujos de trabajo con herramientas sin código y apoyo de IA. Taller: flujo de bienvenida automatizado.

Módulo 7. Analítica Digital y Decisiones con Datos (02.10 al 16.10.2027) – 3 clases · 9 Hs.

Clase 1 – 02.10.2027: Introducción a la analítica digital y KPIs. Qué es la analítica digital y por qué es esencial. Tipos de datos. Niveles de analítica: descriptiva, diagnóstica, predictiva y prescriptiva. Objetivos medibles y plan de medición. KPIs según los objetivos del negocio: tráfico, conversiones, ROI y costo de adquisición. Definición y seguimiento de embudos.

Clase 2 – 09.10.2027: Google Analytics 4 y comportamiento del usuario. Configuración y uso de Google Analytics 4. Eventos, conversiones y parámetros UTM. Tableros con Looker Studio. Métricas nativas de Instagram, Facebook y LinkedIn. Patrones de navegación y puntos críticos del embudo. Mapas de calor, grabaciones de sesión y pruebas A/B.

Clase 3 – 16.10.2027: Analítica con IA y optimización. Uso de IA para analizar datos, detectar patrones y automatizar reportes. Armado de un informe ejecutivo. Optimización de campañas en base a datos. Ética en el uso de datos. Taller: tablero de resultados de una campaña.

Módulo 8. Negocios Digitales, E-commerce y Monetización (23.10 al 13.11.2027) – 4 clases · 12 Hs.

Clase 1 – 23.10.2027: Modelos de negocio digital y casos de éxito. Qué es un modelo de negocio digital y por qué es relevante. Tipos: e-commerce, suscripción, freemium, marketplace, publicidad, SaaS y basados en datos. Análisis de casos de éxito en diversos sectores.

Clase 2 – 30.10.2027: Diseño y validación de modelos, y e-commerce. Propuesta de valor atractiva. Herramientas: Business Model Canvas, Lean Canvas y Design Thinking. Validación de ideas con MVP y pruebas rápidas. Plataformas como Shopify, Tiendanube y WooCommerce, y marketplaces como Mercado Libre y Amazon. Medios de pago y logística.

Clase 3 – 06.11.2027: Estrategias de monetización. Ingresos directos: venta de productos, servicios y contenido premium. Ingresos indirectos: afiliados, publicidad y colaboraciones. Monetización en YouTube, Patreon y Substack. Diversificación de ingresos para reducir riesgos.

Clase 4 – 13.11.2027: Escalabilidad, tendencias y plan de negocio. Estrategias para escalar de manera sostenible. Expansión a nuevos mercados y productos. Reinversión en tecnología y marketing. IA y automatización en los modelos de negocio. Social commerce y comercio conversacional. Costos, margen y punto de equilibrio. Armado del plan de negocio digital y preparación del proyecto final.

Módulo 9. Proyecto Final Integrador (27.11 al 04.12.2027) – 2 clases · 6 Hs.

Clase 1 – 27.11.2027: Tutoría y presentación de proyectos (primera parte). Revisión de avances del proyecto integral de marketing digital con IA: diagnóstico, estrategia, contenidos, redes, campañas, analítica y modelo de ingresos. Tutoría con el equipo docente. Exposición de los primeros proyectos y devolución personalizada.

Clase 2 – 04.12.2027: Presentación de proyectos (segunda parte) y cierre. Exposición de los proyectos restantes. Devolución personalizada del equipo docente. Evaluación final, conclusiones y cierre de la diplomatura.

Metodología:

En los 34 encuentros se combinarán exposiciones, demostraciones, análisis de casos y talleres prácticos. La cursada culmina con un proyecto integrador, tutoría y devolución docente.

Evaluación:

Presentación y evaluación de un Proyecto Final Integrador de marketing digital con IA, con exposición y devolución del equipo docente.

Bibliografía:

Chaffey, D. y Ellis-Chadwick, F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson.
Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. Marketing 4.0. Wiley (2016).
Scolari, C. Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Deusto (2013).
Mollick, E. Co-Intelligence: Living and Working with AI. Portfolio/Penguin (2024).
Osterwalder, A. y Pigneur, Y. Generación de modelos de negocio. Deusto.

Ries, E. El método Lean Startup. Deusto.
Kaushik, A. Web Analytics 2.0. Sybex.
Ley 25.326 de Protección de los Datos Personales (República Argentina).
Documentación oficial y centros de ayuda de Meta Business Suite y Meta Ads, Google Ads, Google Analytics 4 y Looker Studio.
Apuntes, presentaciones y materiales de cátedra elaborados por el equipo docente para cada módulo.

Director:

José Abel Lemos. Mg. en Comunicación Digital (Universidad Internacional de Andalucía). Lic. en Periodismo (Universidad Nacional de Lomas de Zamora). Posgrado en CM (Universidad de Belgrano). Profesor universitario en la UAI: Diplomaturas en Gestión Profesional de Redes Sociales y Marketing Digital y en Comunicación Digital y Social Media; Guion y Narrativa de Videojuegos (Sede Rosario). Licenciado en Periodismo (UNLZ), Magíster en Comunicación Digital (UNIA, España) y doctorando en la UNLP. Dirige Buró de Comunicación Digital, consultora propia, y es Editor Responsable de elconstructor.com. Trayectoria periodística con inicios en radio y televisión en la Patagonia.