



PROGRAMA DE ESTUDIOS
DIPLOMATURA EN MARKETING DIGITAL Y COMMUNITY MANAGER
UNCUYO - FFyL

introducción al Marketing Digital

- ¿Qué es el marketing digital?
- Diferencia con el marketing tradicional
- Importancia del marketing digital en 2025
- Presencia en redes sociales
- Acercamiento a las plataformas
- Acercamiento al segmento
- Acercamiento al análisis de la competencia
- Mapa de la empatía
- Introducción a la generación de contenido

Community Manager

- Función del Community Manager
- Tono de voz en el Community Management
- Agilización de respuestas
- Automatización de respuestas
- Manual de crisis
- Programar contenido

Social Media Manager

- Función del Social Media Manager
- Público objetivo y buyer persona
- Redes sociales: Facebook, Instagram, X, LinkedIn, TikTok, YouTube, Pinterest, Twitch, Spotify, WhatsApp, Telegram y Google Mi Negocio.
- Personalización en cada red social
- Estrategia de social media

Content Manager

- Función del Content Manager
- Contenido orgánico
- Verticales de contenido
- Formatos de contenido según el embudo
- Búsqueda de tendencias
- Hashtags
- Planificación del calendario de contenidos



Content Creator

- Función del Content Creator
- Nociones básicas de diseño
- Uso de Canva con plantillas
- Fotografía: Composición de la imagen, triángulo de composición, iluminación, planos fotográficos y edición con Lightroom
- Edición de video para redes sociales

Mi emprendimiento

- Propósito de mi marca: Golden Circle
- Propuesta de valor
- Segmento de clientes
- Modelo de negocios "Canvas"
- Metodología Lean Startup
- PMV (Producto Mínimo Viable)
- Nociones financieras básicas para emprendedores

Copywriter

- ¿Qué es el copywriting?
- ¿Dónde se aplica?
- Proceso de venta
- Storytelling
- Ganchos exitosos
- ¿Qué son los Call to Action?
- Call To Actions para convertir
- Fórmulas AIDA, PAS y 4U
- Copywriting según el mapa de la empatía

Inteligencia artificial

- ¿Qué es la Inteligencia Artificial?
- Fundamentos de la Inteligencia Artificial
- Tipos de inteligencia artificial
- Herramientas de inteligencia artificial
- Generación de ideas para contenido creativo
- IA en la generación de imágenes
- Ingeniería de prompt para marketing digital
- Herramientas de generación de imágenes con IA
- Generación de videos con IA
- Avatares digitales
- Generación y clonación de voz con IA
- Automatización de procesos con n8n y Make
- Casos de éxito en Inteligencia Artificial
- Tendencias futuras en IA



Mi marca personal

- Diferencia entre branding personal y marca comercial
- Definir tu propuesta de valor
- Elementos de tu marca personal
- Storytelling de tu marca
- Cómo ganar autoridad de marca
- ¿Cómo promocionar tus servicios?
- Últimas tendencias en branding personal
- Casos de éxito

Paid Media Manager

- Función del Paid Media
- Meta Business Manager
- Plan de medios sociales
- Estructura de campañas en Meta Ads
- Tipos de público
- Objetivos de campaña
- Montaje de campañas desde 0
- Remarketing en Meta Ads
- Introducción a Google Ads
- Creación de una cuenta en la plataforma de Google Ads
- Fundamentos de la publicidad en Google
- Estructura de campaña
- Keywords y tipos de concordancia
- Planificador de palabras claves
- Campañas de Search, Display, Video, Generación de demanda, Shopping y Campaña de Apps en Google Ads
- Campañas de remarketing
- Normas de Google Ads
- Optimización de campañas de Google Ads

E-mail marketing

- ¿Qué es el e-mail marketing?
- Beneficios de e-mail marketing
- Formatos de mail
- Redacción de mails
- Herramienta de difusión
- Redacción de asuntos
- Estrategias de conversión
- Obstáculos en el e-mail marketing
- Métricas en e-mail marketing





Diseñador web (con Wix)

- Importancia de un sitio web
- Tipos un sitio web
- Landing page y sus objetivos
- ¿Qué es Wix?
- Dominio, hosting y certificado SSL
- Estructura de un sitio web
- Diseño de un sitio web
- Trackeo de métricas de un sitio web

Especialista en SEO

- ¿Qué es el Search Engine Optimization?
- SERP
- Tipos de SEO (On page – Off page)
- Google Trends
- Google Search Console
- SEO On page
- Nociones de SEO Off page
- Inteligencia artificial en SEO

Freelancer

- Búsqueda de clientes
- Generación de un portfolio exitoso
- Optimización de un perfil de LinkedIn laboral
- Reunión con clientes
- Presupuesto
- Armado de reportes

Inbound Marketing

- Metodología Inbound
- Diferencias entre el funnel de conversión tradicional y el inbound marketing
- La importancia del contenido
- Las redes sociales en la estrategia Inbound Marketing
- El Marketing Conversacional
- Las conversiones
- Aspectos básicos de “nutrición de leads”
- Estrategia de Inbound Marketing
- Recorrido del comprador





Analista de marketing digital

- ¿Por qué medir y cómo hacerlo?
- Objetivos SMART, estrategias y tácticas
- Key Performance Indicator, ¿qué son?
- Métricas de vanidad
- Monitorización basada en objetivos de marketing digital
- Meta Business Manager
- Píxel de Meta
- Google Analytics
- Armado de reportes

Growth Marketer

- ¿Qué es el Growth Marketing?
- Beneficios del Growth Marketing
- Funnel del Growth Marketing
- Canales del Growth Marketing
- Tácticas del Growth Marketing
- Métricas del Growth Marketing
- Marcas que aplicaron el Growth Marketing

Evolución de Internet

- Los orígenes de Internet
- Internet 1.0: Principios y fundamentos de Internet 1.0
- La nueva generación web: Web 2.0
- La web social
- La web semántica: Web 3.0
- La web predictiva: Web 4.0

Trabajo final del Diplomado

El trabajo final consiste en la realización de un proyecto individual que sintetiza los conocimientos adquiridos a lo largo de las asignaturas del Diplomado universitario en Marketing digital y Community Manager.

El mismo incluye el diseño y planificación de un Plan de Marketing Digital y Social Media de un negocio o emprendimiento -que esté en funcionamiento- por parte del estudiante. La misma contempla aspectos operativos como también la distribución por fases, asignación de recursos, seguimiento y presupuesto.

El trabajo final constituye una asignatura que el estudiante debe aprobar para finalizar el Diplomado y está orientada a la evaluación de las competencias adquiridas a lo largo de los seminarios. Durante el cursado se enviarán, progresivamente, consignas que le permitirán al alumno ir creando su estrategia con el seguimiento correspondiente. La Diplomatura se da por finalizada cuando el estudiante defiende y aprueba su Plan de Marketing Digital ante el tribunal evaluador.