

Diplomatura en Herramientas para Social Media

Información General

Fecha de inicio: 28/08/2026

Frecuencia: Semanal

Carga horaria por clase: 90 min

Presentación

La diplomatura en Social Media está pensada tanto para profesionales independientes como para PyMES y Desarrolladores Web, así como para todas aquellas personas que desean adquirir el conocimiento necesario para entrar al mundo de las redes sociales. Al finalizar la diplomatura los participantes estarán capacitados para utilizar las herramientas que requiere el mundo del Social Media. Crear una página comercial en Facebook, gestionar sus campañas publicitarias, optimizarlas y medir su rendimiento. Crear un plan de medios, publicar contenido en redes sociales y tener herramientas para responder a las demandas de los usuarios. También adquirirán las herramientas para posicionar un sitio en buscadores.

Objetivos Generales

Que los participantes adquieran un conocimiento teórico-operativo integral sobre el manejo de herramientas para la gestión de redes sociales.

Objetivos Específicos

- Sepan realizar publicidades con AdSense.
- Pueda crear una campaña de AdWords.
- Sepan diferenciar entre SEO y SEM.
- Conozcan los diferentes servicios de posicionamiento.
- Adquiera herramientas para responder a la demanda de los usuarios.
- Puedan publicar contenido direccionado en una red social.
- Analicen las estadísticas de sus campañas.
- Puedan crear su propia página de Facebook.
- Sepan diferencias entre páginas, grupos y perfiles de Facebook.
- Se introduzcan al marketing digital y al social media.
- Conozcan las características y usos específicos de cada red social.

Destinatarios

- El curso está destinado a diseñadores gráficos y multimediales, programadores, community managers, agentes de marketing, RRPP y PyMES. Además, está abierto al público en general que se encuentre interesado en el ámbito del marketing y que desee introducirse al Social Media.

Plan de Estudios

Módulo 1: PUBLICIDAD EN FACEBOOK. -Herramientas para la creación de campañas, páginas, grupos y perfiles comerciales.

- Introducción al Marketing Digital
- Introducción al marketing en Facebook
- Campañas publicitarias en Facebook
- Herramientas de medición y optimización

Módulo 2: ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES -Herramientas para la implementación de un Plan de Medios

- RSS y generador automático de contenido
- Blogs
- Presentaciones multimediales online
- Herramientas y estrategias de monitoreo

Módulo 3: INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADWORDS -Herramientas para optimizar el posicionamiento en buscadores

- Conceptos básicos.
- Crear una campaña
- Red de búsqueda
- Red de Display

Módulo 4: AVANZADO CON GOOGLE ADWORDS y ADSENSE -Herramientas para la creación de campañas

- Extensiones, informes y estadísticas
- Las conversiones
- Google AdSense
- Google Analytics
- Evaluación Final Integradora
- Recuperatorio de Evaluación Final Integradora

Bibliografía

- Google AdSense: <https://www.google.com/adsense>
- Google AdWords: <http://www.google.com.ar/adwords>
- Estrategias de Marketing Online: <http://www.estrategiasdemarketingonline.com/>
- Senior Manager: <http://www.seniorm.com/>
- Tres en Social: <http://www.tresensocial.com/>
- Schaefer, Mark W. Social Media Explained: Untangling the World's Most Misunderstood Business Trend. 2014.
- Rojas, Pedro. Cómo Preparar un Plan de Social Media. Ediciones Gestión 2000; 2013.
- Deiss, Ryan. 13 Ways to Hack Facebook Ads: A Digital Marketer Hack Guide. Amazon Digital Services, Inc. 2014

UTN.BA Campus Online — Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Buenos Aires

Mozart 2300, C1407 CABA, Argentina • +54 11 4867-7500 • campus@frba.utn.edu.ar

Documento generado el 23/07/2026 13:05 • UUID: 4f25b30a-5040-4ab4-bab5-cb40dde3ae25