



CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES

Duración: 40 horas reloj

Modalidad: virtual con encuentros sincrónicos por Zoom

Ciclo lectivo: 2025

Convocatoria: 3ra

Inicio: 06 de agosto 2025

Finalización: 26 de septiembre 2025

Presentación

En la actualidad, las marcas y emprendimientos necesitan una presencia digital sólida, coherente y profesional para destacar en un entorno cada vez más competitivo. Este taller surge de la necesidad de formar personas capaces de crear contenido digital estratégico, utilizando herramientas de diseño, narrativa y marketing digital para construir comunidades, posicionar marcas y generar impacto. El rol del Community Manager y Creador de Contenido se ha transformado en un perfil clave en el ecosistema digital. Este trayecto de formación propone el abordaje de saberes vinculados a la planificación de contenido, la identidad de marca, la generación de valor mediante narrativas y productos digitales, y el uso estratégico de plataformas sociales.

Objetivos

- Comprender el rol y funciones del Community Manager y del creador de contenido digital.
- Analizar y desarrollar marcas desde una perspectiva estratégica.



- Aplicar herramientas de diseño y redacción digital para construir contenido de valor.
- Diseñar campañas y estrategias con objetivos medibles.
- Crear productos digitales y piezas de contenido adecuadas a distintos formatos.
- Desarrollar un calendario de publicaciones y campañas para una marca o cliente real.

Contenidos

Unidad 1: El rol del Community Manager y el creador de contenido

- Definición de roles y funciones.
- Herramientas clave para la gestión de redes.
- Análisis de una marca en redes sociales.

Unidad 2: Pilares del contenido y categorías

- Tipos de contenido y su propósito.
- Análisis de publicaciones semanales.
- Buenas prácticas en redes sociales.

Unidad 3: Estrategia de marca

- Modelo de negocio: Buyer persona y competencia.
- Elección y análisis de una marca.
- Construcción del branding: Psicología del color y piezas gráficas.

Unidad 4: Identidad y planificación

- Creación del FODA de la marca.
- Objetivos SMART.
- Estrategias de Inbound Marketing.



Unidad 5: Producción de contenido

- Calendarización semanal.
- Creación de contenido gráfico.
- Diseño de Reels: estructura, guion y edición.

Unidad 6: Formatos narrativos y podcast

- Fundamentos del storytelling.
- Grabación de un episodio de podcast aplicado a una marca.

Unidad 7: Influencers, productos y redacción

- Marketing con influencers.
- Redacción efectiva: fórmulas de copywriting.
- Creación de un producto digital (eBook, guía, etc.).

Unidad 8: Trabajo final integrador

- Contacto con un cliente real.
- Armado de calendario y contenido para una semana.
- Devolución del trabajo por parte de tutores.

Metodología

Este curso es de modalidad virtual y tiene una duración de dos meses. Asimismo, está planteado un (1) encuentro sincrónico semanal con el equipo de tutoría y expertos para facilitar el desarrollo de los temas a abordar. En dicho encuentro se realizará una exposición teórica como también la explicación de algún caso práctico o ejercicio. Las clases sincrónicas serán por zoom.

Los contenidos están desarrollados en ocho (8) unidades didácticas, que contemplan palabras claves, material de lectura obligatoria y de apoyo, actividades de evaluación



diseñadas por el docente junto con propuestas de reflexión y análisis orientadas a poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Todos los recursos disponibles en el campus podrán ser descargados por los participantes y alojados en sus respectivos dispositivos electrónicos.

El día de inicio del curso cada alumno recibirá sus datos de ingreso (usuario y contraseña) que le permitirán acceder a los materiales.

El campus virtual está articulado sobre una plataforma entorno Moodle, que es un sistema de gestión que propicia y promueve la construcción de comunidades de aprendizaje de la que participan los expertos, tutores y cursantes. Tiene una interfaz de navegador de tecnología sencilla que simplificará sus recorridos didácticos.

La propuesta educativa propicia la construcción de comunidades de aprendizaje conformadas por personas geográficamente distantes pero que comparten esta experiencia en un entorno virtual, y así podrán de manera compartida recorrer un trayecto formativo que les permita adquirir nuevas herramientas para su desarrollo laboral.

Evaluación / Condiciones de aprobación

Una vez abierto el curso, el estudiante podrá acceder con su usuario y contraseña al campus virtual e ir descargando el material como así también realizando las tareas que el equipo de tutoría vaya proponiendo a lo largo de la cursada.

- La aprobación del mismo combinará la evaluación de los siguientes factores:
- Realización de las actividades que se propongan.
- Participación en foros.
- 75% de asistencia a las clases sincrónicas.
- Aprobación de la instancia final de evaluación integral.

Una vez aprobado el curso, la plataforma requerirá al cursante responder una encuesta relacionada a la experiencia de aprendizaje transitada y una vez respondida se podrá descargar el certificado que es digital con formato para impresión y avalado por UTEDYC.