

RESOLUCIÓN SNFCL N° ...557/2025

POR LA CUAL SE APRUEBA LA MALLA CURRICULAR DEL CURSO DENOMINADO "GESTOR DE MARKETING DIGITAL (COMMUNITY MANAGER)" EN LA MODALIDAD PRESENCIAL.

Asunción, 14 de agosto de 2025.

**VISTO:** El Memorándum DCIMA N° 252/2025, de la Dirección del Centro de Innovación de Metodologías Avanzadas y Formación de Instructores (CIMA), por el cual eleva a consideración del Secretario Técnico Interino del SINAFOCAL la Malla Curricular del curso denominado "Gestor de Marketing Digital (Community Manager)", en la modalidad presencial.

**CONSIDERANDO:**

**Que,** por Ley N° 1652/2000 de fecha 26 de diciembre de 2000, se crea el Sistema Nacional de Formación y Capacitación Laboral.

**Que,** según el Artículo 2° de la Ley N° 1652/2000 - De la creación del Sistema y de la fijación de sus objetivos "Créase el Sistema Nacional de Formación y Capacitación Laboral con el objetivo de prestar a sus beneficiarios oportunidades de formación y capacitación en sus diversas modalidades, con el propósito de preparar y mejorar la calificación de los beneficiarios que requiera el país en todos los niveles ocupacionales, que la oferta de bienes y servicios sea competitiva y adecuada a un proceso de modernización y de reestructuración económica del Estado".

**Que,** según el Artículo 3° de la Ley N° 1652/2000 - De los fines "El Sistema Nacional de Formación y Capacitación Laboral tendrá entre sus fines: b) la formación, capacitación, especialización y reconversión sectorial de sus beneficiarios para adecuar su rendimiento a las actuales condiciones y requerimientos de la producción de bienes y servicios, y a la demanda del mercado.

**Que,** por Ley N° 5115/2013 se crea el Ministerio del Trabajo, Empleo y Seguridad Social y la mencionada Ley en su Artículo 3° Objetivos en su numeral 4 estipula: Formular, planear, dirigir, coordinar, ejecutar, supervisar y evaluar las políticas nacionales y sectoriales en las materias socio-laborales, que incluyen, formación profesional y capacitación para el trabajo, normalización y certificación de competencias laborales, autoempleo, reconversión laboral y migración laboral.

**Que,** por Decreto N° 5442/2016, se reglamenta la Ley N° 1652 de fecha 26 de diciembre de 2000, "Que crea el Sistema Nacional de Formación y Capacitación Laboral (SINAFOCAL)" y se abroga el Decreto N° 15904/2001, y que dicha normativa menciona que: es necesario avanzar gradualmente en la implementación de nuevas formas de gestión que permitan la incorporación de mano de obra calificada a la economía nacional, que responda a las necesidades de la población a través del mejoramiento de la calidad y oportunidad en los bienes y servicios generados y proporcionados mediante la acción gubernamental y del sector privado.

**Que,** en virtud a las demandas actuales de los usuarios de nuestros servicios de capacitación, es necesario adaptar e innovar de manera continua los programas de

Leon, Alfredo Javier Mongelós G.  
Secretario Técnico Interino  
SINAFOCAL

Visión: Institución líder en políticas de regulación de formación y capacitación laboral con reconocimiento nacional e internacional, comprometida con la calidad, innovación e inclusión.



Misión: Regular, certificar y acreditar los procesos de formación y capacitación laboral, con enfoque inclusivo en todos los niveles ocupacionales, garantizando y contribuyendo a la productividad y competitividad de la fuerza laboral activa para la inserción laboral, social y económica de los beneficiarios, articulados con los sectores público y privado.

**Nombre del curso:** Gestor de marketing digital (Community manager)

**Objetivo General:** Gestionar las comunidades virtuales con estrategias de marketing planificadas en Empresa

**Duración total del curso:** 125 horas

**Modalidad:** Presencial

| MÓDULOS  | CONTENIDOS BÁSICOS   | DURACIÓN POR MÓDULO (HORAS) |
|--|--|-----------------------------|
| <b>Módulo 1</b><br>Planificación y/o Preparación de estrategia del Marketing para el trabajo | <b>Objetivo del Módulo:</b> Planificar las actividades y estrategias de marketing, aplicando técnica de preparación y seguridad en el trabajo.<br><b>Contenidos/ desarrollo:</b><br><b>Conceptuales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Community Manager.</b><br/>Rol, perfil y funciones<br/>Tareas y responsabilidades del Gestor de Marketing Digital.</li> <li>- <b>Seguridad e higiene</b><br/>Normas de las 5" S"<br/>Ergonomía</li> <li>- <b>Planificación de estrategia de marketing</b><br/>Proceso de planificación. Conceptos en mercado. Segmentación de mercado. Investigación de mercado. Análisis de datos. Elaboración de Objetivos según empresas. Visión, Misión y Objetivos.<br/>Preparación de Público Objetivo. Potenciales Clientes digitales, Tipos de clientes y Tendencias.<br/>Preparación de plan de acción según el Público Objetivo</li> <li>- <b>Control de los equipos informáticos</b><br/>Computadora<br/>Auricular y micrófono<br/>Mantenimiento de los equipos<br/>Herramientas de la comunicación digital</li> </ul> <b>Procedimentales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplica las tareas y responsabilidades del gestor de Marketing Digital</li> <li>- Aplica la técnica de los procedimientos en la preparación del ambiente de trabajo</li> <li>- Elabora Objetivo según Empresa y los Público metas</li> <li>- Elabora Plan de acción según público metas</li> <li>- Implementa estrategias de control de los equipos informáticos</li> </ul> | 40 horas                    |
|  | <b>Evaluación del módulo</b><br><b>Escenario:</b> El instructor realizará una actividad con las instrucciones necesarias para un caso práctico de planificación de un plan de acción de trabajo con estrategias preparando el lugar con criterios de seguridad<br><b>Criterio de evaluación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elabora un plan de acción según público Objetivo</li> <li>- Valora las tareas y responsabilidades, apoyado en el perfil del Gestor de Marketing Digital</li> <li>- Analiza las herramientas digitales adecuadas para sus gestiones</li> <li>- Aplica las 5" S</li> <li>- Respeta las normas de seguridad durante la preparación del trabajo</li> </ul>   |                             |
|  | <b>Objetivo del Módulo:</b> Gestionar comunidades virtuales de manera eficiente, respetando las normas y la ética profesional.   |                             |

**Módulo 1**  
Planificación y/o Preparación de estrategia del Marketing para el trabajo

40 horas

COPIA DEL ORIGINAL

M. Idalia A. Ortega Soley  
Secretaria General  
SINAFOCAL

Lic. Deris Cabrera  
Coordinador Interno del Sistema de Formación  
SINAFOCAL - ITES



Misión: Regular, certificar y acreditar los procesos de formación y capacitación laboral, con enfoque inclusivo en todos los niveles ocupacionales, garantizando y contribuyendo a la productividad y competitividad de la fuerza laboral activa para la inserción laboral, social y económica de los beneficiarios, articulados con los sectores público y privado.

|   |   |                        |
|---|---|------------------------|
| <p><b>Módulo 2</b><br/><b>Gestión de las re-<br/>des y de campañas<br/>de publicidad en lí-<br/>nea</b></p> | <p><b>Contenidos/ desarrollo:</b></p> <p><b>Conceptuales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Redes Sociales.</b><br/>¿Qué es una red social?<br/>Tipos de redes sociales.<br/>Campañas Publicitarias en las redes.<br/>Comunicación Digital Objetivo y Herramientas</li> <li><b>Uso de plataformas y aplicación de las principales redes sociales.</b><br/>Aplicaciones de las herramientas on-line.<br/>Introducción a la web 2.0., 3.0 y 4.0<br/>Nueva gestión de clientes: CRM y CV<br/>CRM en la práctica. Medición de la fidelidad: LTV.<br/>Cambios en la relación con el cliente: mercados y clientes.<br/>Marketing Digital 'Conceptos, Utilidades<br/>Marketing en buscadores.<br/>SEO, SEM Y SMO<br/>Herramientas utilizadas en Marketing digital.<br/>Plataforma. Tipos de plataformas. Creación de anuncio en la plataforma<br/>Publicidad. Tipos. Usos. Herramientas publicitarias<br/>Estrategias de venta: Cómo vender más en Internet<br/>Estrategia de marketing en medios sociales.<br/>Moderación y Gestión de Contenidos en las comunidades vir-<br/>tuales.<br/>La importancia de los contenidos en una comunidad o red social.</li> <li><b>Aspecto Legal y propiedad Intelectual</b><br/>Leyes y políticas de comercio virtual Nacional e internacional</li> </ul> <p><b>Procedimentales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Maneja herramientas de las comunidades virtuales.</li> <li>Elabora anuncios publicitarios.</li> <li>Gestiona comunicación asertiva en la red.</li> </ul> <p><b>Evaluación del módulo</b></p> <p><b>Escenario:</b> El Instructor realizará una actividad con las instrucciones necesarias para un caso práctico de actividades de comunidades vir-<br/>tuales con ética y en forma eficiente.</p> <p><b>Criterio de evaluación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Elabora anuncios virtuales.</li> <li>Diferencia los estímulos positivos y negativos en los anuncios virtuales.</li> <li>Reconoce las buenas y malas prácticas en los dominios de las herramientas digitales.</li> <li>Establece una comunicación fluida con los otros sectores, personas o departamentos de la empresa vinculados con la función.</li> <li>Respeto los aspectos legales.</li> </ul> | <p><b>40 horas</b></p> |
| <p><b>Módulo 3</b><br/><b>Cierre y control</b></p>  | <p><b>Objetivo del Módulo:</b> Evaluar de manera crítica las acciones reali-<br/>zadas en el día en el dominio de las herramientas tecnológicas</p> <p><b>Contenidos:</b></p>   | <p><b>40 horas</b></p> |

  
E. Derlis Cabrera  
Coordinador Interno Desarrollo de la Formación





Mixión: Regular, certificar y acreditar los procesos de formación y capacitación laboral, con enfoque inclusivo en todos los niveles ocupacionales, garantizando y contribuyendo a la productividad y competitividad de la fuerza laboral activa para la inserción laboral, social y económica de los beneficiarios, articulados con los sectores público y privado.

|                         |  |                |
|-------------------------|--|----------------|
|                         | <p><b>Conceptuales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Control final de las herramientas informáticas y de los anuncios publicitarios</li> <li>- Evaluación de los trabajos realizados</li> <li>- Redacción de informes: Lo que se debe evitar, Lo que se debe practicar</li> <li>- Estado de las herramientas informáticas</li> <li>- Trabajos asignados:             <ul style="list-style-type: none"> <li>a) realizados</li> <li>b) no realizados</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Procedimentales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realiza el control analizando y midiendo las métricas de marketing para poder hacer ajustes en la planificación.</li> <li>- Elabora informe final sobre el avance de los trabajos realizados (Control y chequeo de las herramientas informáticas)</li> </ul> <p><b>Evaluación del módulo</b></p> <p><b>Escenario:</b> El Instructor realizará una actividad con las instrucciones necesarias para un caso práctico de control sobre las herramientas informáticas y anuncios publicados en la red.</p> <p><b>Criterio de evaluación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecuta el control de las herramientas informáticas y los anuncios publicitarios</li> <li>- Redacta informes</li> <li>- Valora el trabajo concluido</li> <li>- Resuelve la situación planteada en el ambiente laboral de acuerdo a las pautas establecidas por la empresa</li> <li>- Comunica a sus superiores las situaciones de difícil solución utilizando los canales de comunicación establecidos para tal fin</li> <li>- Actualiza permanentemente su conocimiento con el fin de utilizarlos como recursos</li> </ul> |                |
| <b>Evaluación Final</b> |  |                |
|                         | <p><b>Escenario:</b><br/>Cada participante deberá presentar un caso práctico de estrategia de marketing para una empresa teniendo en cuenta la gestión de las redes y de campañas de publicidad en línea.</p> <p><b>Criterios de evaluación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elabora un plan de acción según público Objetivo</li> <li>- Analiza las herramientas digitales adecuadas para sus gestiones</li> <li>- Elabora anuncios virtuales</li> </ul>   | <b>5 horas</b> |

### Perfil del Egresado

Al finalizar el curso de capacitación, el egresado será capaz de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de la empresa o marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes a través del internet.

Podrá desempeñarse como Gestor de Marketing Digital, Community Manager, CM o responsable de la comunidad de internet.

*[Handwritten signature]*

**Lic. Derly Cabrera**  
Coordinador Interno del Programa de la Formación



**1. Equipamientos, Consumo, Herramientas manuales, Elementos auxiliares y Materiales de apoyo a la enseñanza y aprendizaje.**

| Denominación                        | Características mínimas   | Cantidad    |
|-------------------------------------|---|-------------|
| Computador de escritorio o Notebook | Procesador i3 o similar. Memoria 4 GB. HDD 500 Gb. Puertos HDMI, USB, Salida de audífono y micrófono. Multimedia Bocinas estéreo (1.5 W), SoundAlive. Wireless - Con Paquete de Office (Word - Excel - Power Point - Publisher - Access), con Conexión a Internet | 13 unidades |

**2. Materiales y útiles que se distribuirá a los participantes al inicio del curso.**

| Especificación                     | Características   | Cantidad por participante |
|------------------------------------|---|---------------------------|
| Manual instructivo del curso       | Con encuadernado ejecutivo (en espiral), el mismo estará compuesto por:<br>a) Material de apoyo teórico de cada módulo desarrollado<br>b) Ejemplos con el instructivo de la realización de las actividades (Paso a paso). | 1                         |
| Cuaderno                           | Universitario, de 50 hojas  | 1                         |
| Cartuchera de tela tamaño estándar | con: Bolígrafo, Lápiz de papel, borrador, sacapuntas, regla de 20 cm, 1 resaltador color fosforescente.   | 1                         |
| Remera                             | De algodón color gris con logo impreso a color MTEySS-SINAFOCAL   | 1                         |

**3. Kits a otorgar a cada beneficiario egresado.**

| Denominación       | Características   | Cantidad por Beneficiario Egresado |
|--------------------|---|------------------------------------|
| Mochila o Maletín  | Porta TABLET Y DOCUMENTOS, con logo impreso del MTESS - SINAFOCAL, compartimiento para Tablet y resguardo de carpetas o documentos tamaño oficio.   | 1                                  |
| Tablet con teclado | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Procesador: Velocidad mínima de 8 Octa-Core.</li> <li>- Sistema Operativo Android mínimo 11</li> <li>- Tamaño de pantalla: mínimo de 9".</li> <li>- Resolución mínima de 1280 x 720 p.</li> <li>- Cámara Principal, resolución mínima de 8 Megapixel</li> <li>- Cámara Frontal, opcional</li> <li>- Velocidad mínima de 1.8 Ghz</li> <li>- Mínimo 4 GB RAM de memoria</li> <li>- Capacidad de almacenamiento interno mínimo de 64 GB.</li> <li>- Tarjeta de memoria microSD expandible hasta 1 TB.</li> <li>- Wi-Fi</li> <li>- Bluetooth mínimo 5.0</li> <li>- Capacidad de batería mínimo 5000 mAh</li> </ul> | 1                                  |

Lic. Derlis Cabrera  
Coordinador Interno Desarrollo de la Formación  
SINAFOCAL MTESS