Pacífico
Escuela de Gestión Pública

CURSO ESPECIALIZADO EN

Marketing para los Servicios Públicos

Modalidad Remota

Presentación

El concepto generalmente aceptado del marketing se circunscribe a un ámbito estrictamente empresarial, sin consideración alguna hacia su ejercicio en otros sectores e instituciones. Este se limitaba a las relaciones y transacciones de los flujos de bienes y servicios ofrecidos por las empresas en los mercados, sin consideración hacia otros intercambios o tipos de flujos tanto o más importantes: los de información, ideas y valores.

Como consecuencia de esta ampliación del concepto surgen las aplicaciones del marketing a las organizaciones sociales, a la cultura, a los partidos políticos, y especialmente a las instituciones públicas. Entendiendo que los ciudadanos no son clientes, la razón de ser del marketing público es atraer al ciudadano y servir a sus administrados, no la de vender un producto o servicio para conseguir un beneficio económico.

Un marketing público bien ejecutado se convierte en una herramienta necesaria para optimizar los recursos públicos y mejorar la efectividad de los servicios que se prestan a los ciudadanos.

A partir del entendimiento de los principios del marketing público es posible abandonar la noción de que se trata de un gasto no aplicable a las instituciones públicas. Como menciona el economista estadounidense Philip Kotler "es la mejor forma para conseguir la rentabilidad social, es decir, la mejora del nivel de satisfacción del usuario".

El marketing público es una herramienta que busca atraer al ciudadano y optimizar los recursos públicos para mejorar la efectividad de los servicios del Estado.

Objetivo del curso

El curso presenta las bases conceptuales y metodológicas para desarrollar un plan de marketing para los servicios públicos. Además los contenidos buscan que los participantes comprendan cómo las herramientas del Marketing privado se pueden aplicar a la gestión pública.

Los contenidos buscarán generar en el participante un pensamiento y una perspectiva de mercado para incorporarlos en la gestión de servicios públicos. Además, en el curso serán abordados diversos casos de aplicación y de ejemplos reales en el Perú y en el mundo.

Perfil del participante

Profesionales del sector público que tengan a su cargo el diseño y provisión de bienes y servicios públicos y que deseen entender cómo aplicar los conceptos de marketing para un mayor acercamiento y mejor satisfacción de las necesidades del ciudadano. Pueden provenir de los tres niveles del gobierno: nacional, regional o local.

Competencias que obtendrá el participante

- Pensar en la gestión de los servicios públicos bajo una perspectiva de mercados de intercambio con los que establecer y desarrollar relaciones de marketing.
- Tener la capacidad de análisis del entorno de los servicios públicos mediante el estudio de herramientas y métodos utilizados en la investigación de marketing.
- Desarrollar la planificación estratégica y operativa de los procesos de marketing en una institución pública.
- Implementar servicios competitivos alineados a las expectativas de los ciudadanos.
- Implementar las distintas estrategias de marketing del sector público hacia los ciudadanos.

Temario

- **Marketing público**
  - Marketing lucrativo y no lucrativo: Marketing social y marketing político
  - Marketing privado y marketing público
  - Marketing de servicios
  - La aplicación del marketing en el sector público

- **Consumidores y usuarios en el marketing público**
  - El público objetivo del marketing público y su demanda
  - Organización, cliente y ciudadano
  - La oferta en el sector público
  - El comportamiento de consumidores y usuarios

- **El diseño de los servicios**
  - Elementos de los servicios
  - La calidad de los servicios
  - Medición de la satisfacción de los usuarios.
  - Herramientas de medición: Servqual y escalas de medición: Likert,Thurstone; NPS

- **Planeación estratégica del marketing público**
  - Políticas públicas y estrategias de la institución
  - Investigación de mercado en el sector público. Establecimiento de las bases del plan: Misión, visión y valores
  - Análisis del entorno
  - Diseño de las estrategias de mercado: Segmentación meta y posicionamiento

- **Plan operativo de marketing: Mezcla de marketing: Las 7ps del marketing público**
  - La gestión del producto/servicio en marketing público
    - El servicio público. Delimitación y dimensiones
    - La marca en el sector público
    - La calidad del servicio en el sector público
  - Políticas de precios en el marketing público
    - Las diferentes consideraciones de precios, tasas e impuestos
    - Fijación de los precios de los productos, programas y servicios
  - Distribución de productos y servicios públicos
    - Factores condicionantes del diseño del canal de distribución
    - Decisiones sobre dónde y cómo acceden los ciudadanos a sus programas y servicios
    - Decisiones sobre tiempos de espera
  - La comunicación en marketing público
    - Mensajes y medios de comunicación del marketing público
    - La imagen pública
    - Desarrollo de los mensajes
    - Selección de los canales de comunicación
  - Branding Institucional
    - Buyer persona
    - Construyendo identidad y posicionamiento
    - Diseño de campañas de comunicación
    - Proyección de la identidad institucional según formatos, contextos y audiencias
  - Marketing Digital
    - Plan de Marketing 360º
    - Herramientas para el monitoreo y social listening
    - Google adwords y pautas publicitarias
    - Evaluación de indicadores KPI
  - Gobierno Abierto y Digital
    - Gobierno electrónico
    - Participación ciudadana
    - Ciberseguridad
    - Big Data para ciudades Inteligentes
    - Inteligencia artificial aplicada

"La Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico se reserva el derecho de reprogramar la malla y las fechas de dictado, incluyendo la frecuencia horaria, de acuerdo con su proceso de mejora académica continua o causa de fuerza mayor, lo que será comunicado oportunamente".

Docente // Luis Ubillús Ramírez

Director Ejecutivo del Programa Compras MyPerú del Ministerio de Producción. Ha sido Gerente General en la Agencia de Publicidad BARRIO, Gerente Corporativo de Marketing en Corporación Jeruth y Gerente de Marketing y Nuevos Negocios en Carsa. Docente en la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico y ESAN en las áreas de Marketing, Servicios, Digital e Innovación.

Se ha desarrollado en la gerencia de retail, servicios y consumo, con amplia experiencia en planeamiento de marketing, branding, gerencia de productos y desarrollo de campañas publicitarias y promocionales.

Máster en Marketing Digital y Estrategias Digitales por Spain Business School, Executive Program en Disrupción Digital por University of Cambrige, Scrum Master y Product Owner Certified. Estudios de Maestría en Dirección de Marketing por la Universidad del Pacífico y MBA por la ESAN.

Beneficios - modalidad remota

Clases en tiempo real
Interacción continua durante la clase entre docente y los alumnos, y entre los propios compañeros. Preguntas y respuestas en vivo.

Contenido dinámico
Alto nivel de interacción mediante herramientas multimedia como foros, salas estudios, chats, simuladores, encuestas, pizarra digital, entre otros. Además, podrás disponer de tus clases para un posterior repaso.

Plataforma de acceso inmediato
Podrás estudiar a través de una plataforma tecnológica, desde cualquier lugar con la celular, tablet o computadora.

Networking
Acceso a una amplia red de contactos y actividades que te permitirán potenciarla.

Información del curso

Inicio: 24 de abril de 2024

Fechas de dictado:
24 y 29 de abril, 6, 8, 13, 15, 20 y 22 de Mayo

Horario:
Lunes y miércoles
de 7:00 p.m. a 10:00 p.m.

Frecuencia: Semanal

Modalidad: Remota

Duración total: 24 horas

Inversión:
S/. 1,950

Bienvenida e Inducción

Miércoles 24 de abril 6:30pm

Informes

cursos.egp_informes@up.edu.pe

914 669 655

egp.up.edu.pe

Requisito

Contar con el grado de Bachiller

Certificación

Los participantes que cumplan con los requisitos de asistencia (mínimo 80%) y notas (nota mínima 11) recibirán el certificado de notas y participación emitido por la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico.

"Una vez efectuado el pago de la matrícula, no se podrá solicitar la devolución por este concepto. El dictado de clases de los cursos se iniciará siempre que se alcance el número mínimo de alumnos matriculados establecido por la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico."

Síguenos en: