



Programa de la asignatura:

**MERCADOTECNIA PÚBLICA**

***Diplomatura de Gestión y Administración Pública***

***Profesor: Valentín Pérez Almarza***

**1) TEMARIO**

**I. Mercadotecnia de las organizaciones comerciales**

- Conceptos generales
- El mercado
- Análisis de la demanda
- Segmentación del mercado
- El producto
- El precio
- Canales de distribución
- Comunicación y promoción

**II. Mercadotecnia de las organizaciones no comerciales**

- Mercadotecnia Social
- Mercadotecnia de los Servicios Públicos
- Mercadotecnia de los Servicios Sociales
- Mercadotecnia Política

**2) BIBLIOGRAFÍA**

- **Dirección de mercadotecnia**, Philip Kotler. Editorial Diana, México, 1972
- **Marketing social**, Philip Kotler, Eduardo L. Roberto, Editorial Díaz de Santos, Madrid, 1992
- **La gerencia de las organizaciones no comerciales**, Badouin Meunier, MAP, Madrid 1993
- **Guía de márketing político**, Francisco Ortiz cabeza, ESIC, Madrid, 1993
- **Dirección Pública. Gestión y legitimidad**, Romain Laufer / Alain Burlaud, MAP, Madrid, 1989
- **Il marketing degli enti pubblici**, Paola Morigi, Maggolioli Editores (en italiano)
- **Il marketing dei servizi pubblici**, Cesari Garofani, Editorial Etaslibri, (en italiano)
- **Marketing Goberment and Social Services**, Crombton Lamb, Wiley, 1986
- **Revista 218-219 de Documentación Administrativa**, INAP, Madrid