

# Marketing Público



## Objetivos

Tradicionalmente ha existido cierto rechazo a la adopción de los planteamientos del marketing por parte de los organismos públicos debido a que en tal análisis se contempla al marketing desde una perspectiva transaccional, y poner énfasis en la “competición” más que en la colaboración, parece ser contrario a la propia naturaleza del Sector Público. De hecho, las diferencias existentes entre el Sector Público y el sector privado hacen que la aplicación práctica del enfoque de marketing en la gestión de las corporaciones públicas parezca complicada, pero no lo es.

El objetivo principal de esta asignatura es entender el marketing público no sólo como un conjunto de técnicas comerciales para la resolución de temas concretos, sino ampliar su papel más allá de su mera aplicación técnica. Así mismo, se pretende acercar a los participantes a una disciplina que puede generar riqueza y valor en su ámbito de actuación, además de proporcionarles las claves para su aplicación posterior.

## Calendario y duración

2, 3 y 4 de julio de 2013

18 horas lectivas

## Modalidad

Presencial

## Lugar de realización

Sede del INAP de la c/Atocha, 106 de Madrid.

Aula 2.5



## Dirigido a

Empleados públicos de las Administraciones Públicas españolas que cumplan los siguientes requisitos:

- Pertenecer al subgrupo A1 o categoría profesional similar.
- Ocupar un puesto de trabajo de nivel directivo o predirectivo.

El curso se dirige a personas que desempeñan puestos de trabajos relacionados con los objetivos del curso.

---

*Este curso forma parte del área de Dirección Pública del programa de directivos del INAP y persigue perfeccionar las habilidades en comunicación*

---

### Convocatoria

El curso se convoca por Resolución de 19 de abril de 2013 del Director del Instituto Nacional de Administración Pública, que se publica en el BOE el 25 de abril.

Se puede consultar el contenido íntegro de la Resolución aquí:

<http://www.boe.es/boe/dias/2013/04/25/pdfs/BOE-A-2013-4374.pdf>

## Inscripción

- La inscripción debe realizarse de forma telemática en la página web del INAP:

<https://servicios.inap.es/InscripcionWebAlumnos/portaIweb/PreInscripcion.aspx?CodAccion=11138>

- El número máximo de alumnos será de 20, y se seleccionarán teniendo en cuenta los siguientes criterios:
  - Nivel de responsabilidad dentro de la organización.
  - Relación directa entre los contenidos que se imparten y el puesto de trabajo que se desempeña.



## Programa

Martes, 2 de julio

### ***El Marketing aplicado a las Administraciones Públicas para generar valor y riqueza***

Ponente: D. JAVIER ROVIRA.

1. **Anatomía de una decisión: el auténtico rol del Marketing.** No debemos confundir el marketing con sus herramientas.
2. **El auténtico Marketing como impulsor de riqueza social sostenible.** Necesitamos generar riqueza social desde las administraciones públicas hasta el último ciudadano.
3. **La marca como origen y prueba de sostenibilidad.** Al final siempre te van a relacionar con un conjunto de asociaciones que determinan el comportamiento de las personas y, por lo tanto, tu presente y tu futuro.

### ***Tendencias clave en el Sector Público***

Ponente: D. JUAN CARRIÓN.

1. Cisnes negros.
2. Desafíos adaptativos vs. problemas técnicos.
3. Análisis de tendencias sociales, tecnológicas, organizativas.
4. La innovación y la creatividad como motores organizativos.
5. Workcafé: tendencias clave en el sector público.

Miércoles, 3 de julio

### ***Estrategias innovadoras***

Ponente: D. JUAN CARRIÓN

1. **Estrategia planificada vs. estrategia emergente.**
2. **Estrategias basadas en la innovación.** Tipos y niveles de innovación, las mentiras de la innovación, colaboración e innovación abierta: generando inteligencia colectiva.



## Horario

**2 y 3 de julio:** de 9.00 a 14.30 y de 16.00 a 18.00 horas

**4 de julio:** de 9.00 a 13.30

Los tres días habrá un descanso por la mañana de 30 minutos.

## Contenidos

La aplicación del marketing en las corporaciones públicas se plantea en esta asignatura desde tres enfoques diferentes, coincidiendo con los 3 bloques en los que se han dividido los contenidos:

**Primer enfoque: El Marketing aplicado a las Administraciones Públicas para generar valor y riqueza.**

**Segundo enfoque: Innovación en la Gestión Pública**

**Tercer enfoque: La integración del Marketing Digital en las Administraciones Públicas.**

## Metodología

La metodología combinará clases teóricas con supuestos prácticos.

Asimismo, se buscará la participación activa de los participantes con el objetivo de compartir dudas y experiencias.

## Más información

La coordinadora de esta actividad formativa es Cristina Lorenzo.

*Directora de Programa de la Subdirección de Formación.*

Tel.: 912739196

[cristina.lorenzo@inap.es](mailto:cristina.lorenzo@inap.es)

Dirección Postal: c/ Atocha, 106.  
28012. Madrid

Información sobre otras actividades del INAP:

<http://www.inap.es/>



## Gestión de la innovación

1. El proceso de innovación.
2. Los sistemas "Stage Gate"
3. Facilitadores de la innovación

## Culturas Innovadoras e Innovación en la Gestión

1. Neandertales vs. Cromañones.
2. Organizaciones 1.0 vs. Organizaciones 2.0
3. Cultura organizativa.
4. Barreras culturales al cambio y la innovación.
5. Conformistas vs. inconformistas: El espíritu de Feynman.
6. Cuestionar las viejas ideas de gestión.
7. Características de las culturas innovadoras.
8. Nuevos paradigmas organizativos y nuevas estructuras organizativas.  
Hacia un nuevo liderazgo: La calidad del liderazgo: del liderazgo 1.0 al liderazgo 2.0; Competencias del líder 2.0.
9. Análisis de casos de culturas innovadoras en el mundo empresarial: reflexiones sobre su aplicación al sector público.
10. Workcafé: innovación en la gestión en el sector público.

## Innovación en la gestión de personas en el sector público

1. Nuevas tendencias en la gestión de personas
2. Workcafé sobre innovación en la gestión de personas en el sector público

Jueves, 4 de julio

## Un nuevo ecosistema digital también para la Administración Pública

Ponente: D. JOSÉ MANUEL MAS

1. **Marketing digital, Ciudadano digital y el nuevo proceso de información.** La Administración se debe familiarizar con conceptos como SEO, SEM, Redes Sociales, Reputación Online, etc., en las que el Ciudadano digital se desenvuelve actualmente con total normalidad. No es futuro, sino presente.
2. **La nueva economía: fuente de Oportunidades e Innovación para la Administración Pública.** Análisis de la evolución y tendencias que se están produciendo: la relación de la Administración con su entorno está cambiando. Buenas prácticas: Tecnología y cambios de hábito en los ciudadanos (Smart Cities? Smart Citizens? Smart...?).