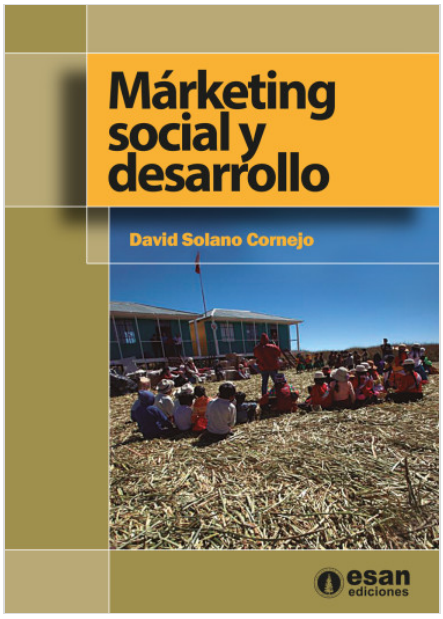
Marketing social y desarrollo

Autor
David Solano Cornejo

Sinopsis

El márketing social surge como una herramienta que puede contribuir a lograr resultados satisfactorios en los procesos de desarrollo, su propósito es lograr que un público objetivo «compre» una propuesta (proyecto, programa, conducta) de modo sostenible. Es decir, que la adopte, la haga suya y la utilice cuando sea necesario. Lograr este tipo de compromiso hace que desarrollar procesos de márketing social se convierta en un estilo de vida para el grupo de trabajo o la institución proponente.



DS

Sobre el autor

David Solano Cornejo

Magíster en Administración (MBA) por la Universidad ESAN y economista por la Universidad Agraria La Molina.

Impreso

Año de publicación: 2015

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17 x 0.9 cm

Número de páginas del contenido principal: 124 Páginas

ISBN13: 9786124110450

Palabras clave

Mercadeo social; Desarrollo; Desarrollo sustentable; Participación social; Estrategias de mercadeo

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Desde hace 15 años enseña en los programas de educación ejecutiva en la Escuela de Posgrado de la Universidad ESAN. Ha asesorado empresas privadas, en cooperación internacional y a instituciones públicas en temas ambientales; planificación del desarrollo y participación ciudadana. Ha publicado libros y artículos en el Perú y América Latina, además de haber obtenido premios internacionales.

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen