

Cuprins

Prefață la ediția a doua	9
Preface to the second edition	11
Capitolul 1	
Management: specialiști și teorii	13
1.1. Ideea de management	13
1.2. Oameni și management	16
1.3. Organizarea și dezvoltarea societății	19
Capitolul 2	
Conceptii și teorii adiacente	39
2.1. Teoria organizației	39
2.2. Știința administrației și teoria organizațională	43
2.3. O dublă tradiție	46
2.4. Tradițional și original	49
Capitolul 3	
Știința managementului	61
3.1. O apropiere interdisciplinară	61
3.2. Argumente pentru management public	63
3.3. Premisele managementului public	65
Capitolul 4	
Sectorul public: delimitări conceptuale	73
4.1. Sectorul public	73
4.2. Domeniul public	78
4.3. Bunuri publice	81
4.4. Funcția publică	83
4.5. Diferențe între sectorul public și sectorul privat	86
4.5. Serviciile publice	89
Capitolul 5	
Pro și contra managementului în sectorul public	95
5.1. Management public vs. administrație publică	96
5.2. Modelul administrației publice și economia	98
5.3. Managementul public – ca finanțe publice	99
5.4. Declinul cadrului administrației publice	100
5.5. Planificarea în managementul public	101

5.6. Managementul public – ca management cvasiprivat	103
5.7. Managementul public și privatizarea	104
5.8. Managementul public ca managerialism.....	104
5.9. Managementul public – ca evaluare	105
5.10. Teoria și practica managementului public.....	106

Capitolul 6

Provocări specifice mediului și organizațiilor publice	113
6.1. Mișcările economice	114
6.2. Mișcările geopolitice.....	115
6.3. Mișcările tehnologice și managementul cunoașterii.....	117
6.4. Mișcările demografice	118
6.5. Mișcările socioculturale.....	119
6.6. Mișcările juridice	120
6.7. Transformări și funcționări ale organizațiilor publice	120

Capitolul 7

Noul management public	125
7.1. Semnificația reformelor administrației publice	125
7.2. Cerințele schimbării	128
7.3. Intensitatea schimbării	132
7.4. Baza ideologică a noului management public.....	133
7.5. Originalitate și funcționare	134
7.6. Etică, responsabilitate și morală	136
7.7. Criticile managerialismului	140

Capitolul 8

Organizația publică	147
8.1. Rolul organizației publice	147
8.1.1. Organizația publică și mediul.....	147
8.1.2. Provocări și evoluții.....	150
8.2. Ce este organizația publică?.....	153
8.3. Caracteristici structurale	157
8.4. Principii organizaționale	159
8.5. Politica generală. Misiunea organizației.....	163
8.6. „Proiectul“ unei organizații publice	167
8.7. Alegerile strategice	173
8.8. Calitatea totală	176

Capitolul 9

Managementul performanței	179
9.1. Tradiție și modernitate	179
9.2. Niveluri de acțiune și analiză	181

9.3. Managementul prin obiective	187
9.4. Rezultate, mijloace și obiective	191
9.5. Performanța și calitatea serviciilor publice	197
9.6. Consultanță administrativă	202

Capitolul 10

Procesul decizional	207
10.1. Mediul deciziei	209
10.2. Mecanismele deciziei	212
10.3. Clasificarea deciziilor	218
10.4. Sistemele de informație și de decizie	227
10.5. Abordarea managerială a deciziei	229
10.6. Abordarea politică a deciziei: modelul creșterii	233
10.7. Abordarea juridică a deciziei	236
10.8. Abordarea deciziei în instituțiile comunitare	238
10.9. Sintetizarea abordărilor luării deciziei	240

Capitolul 11

Managementul resurselor umane	243
11.1. Public și privat	243
11.2. Evoluții și influențe	245
11.3. Reforma managementului resurselor umane	251
11.4. Construirea statutului funcționarului public	255
11.5. Mecanisme pentru consolidarea moralului și a motivării	266
11.6. Relații sociale, interacțiunea rolurilor: angajator și politician	276
11.7. Funcția publică	279
11.8. Managementul previzional al efectivelor	280
11.9. Performanța resurselor umane	284
11.10. Școala de administrație publică	297

Capitolul 12

Administrația – ca serviciu, publicul – ca și client	309
12.1. Teoria promovării intereselor consumatorilor	311
12.2. Este promovarea intereselor consumatorului suficientă?	318
12.3. Promovarea intereselor consumatorului în acțiune	319
12.4. Probleme cu care ne confruntăm	322

Capitolul 13

Serviciile publice	327
13.1. Evoluția conținutului serviciului public	327
13.2. Experiențele europene	330
13.3. Tipologia serviciilor publice	334
13.4. O altă dimensiune a serviciului public	341

13.5. Principiile de organizare și funcționare ale serviciilor publice	343
13.6. Gestiunea serviciilor publice	350
13.7. Asocierea în participație.....	361

Capitolul 14

Elemente de marketing public	365
14.1. De ce marketing public?	365
14.2. Teoria promovării intereselor consumatorilor.....	365
14.3. Activitatea publică și consecințele ei în planul pieței	369
14.4. Mediul marketingului	371
14.5. Marketingul public și specificitatea argumentării.....	373
14.6. Sistemele de piață	378
14.7. De la utilizator la client.....	382
14.8. Strategia de marketing.....	392
14.9. Produsul/Serviciul	394
14.10. Prețul.....	397
14.11. Calitatea serviciilor.....	399
14.12. Comunicarea.....	403
14.13. Publicitatea	410
14.14. Aplicarea marketingului public	412

Capitolul 15

Serviciul public sau serviciul publicului?	423
---	------------

Repere bibliografice	427
-----------------------------------	------------

Cuprins în limba engleză.....	429
--------------------------------------	------------