

RECENZIE



MARKETING ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ

Autor conf. univ. dr. Alexandru Nedelea

Editura Didactică și Pedagogică, București

După 1989 administrația publică din România a fost implicată, cu o intensitate oscilantă, în procese de reformă. Posibilitatea ei de a răspunde la noile probleme cu care se confruntă societatea democratică a fost limitată de probleme structurale ce țineau de elemente diferite - de la capacitatea de planificare strategică la capacitatea de implementare a reglementărilor sau de relaționare cu cetățeanul și comunitatea.

Într-un mediu administrativ dominat masiv de o perspectivă legalistă, carențele de ordin managerial au devenit evidente și au produs efecte negative în ceea ce privește performanța instituțiilor administrative. Pe de altă parte, capacitatea mediului universitar din România de a produce o bază teoretică și factuală pentru abordări noi de tipul NMP (Noul management public) este încă destul de limitată.

În acest context, apariția cărții "Marketing în administrația publică din România" reprezintă un moment semnificativ. Construcția domeniului marketingului public, la nivelul universitarilor și practicienilor din România, este încă la început și are nevoie de publicații dedicate acestei arii.

Lucrarea reușește să definească un cadru teoretic și metodologic al marketingului public și atinge domenii distincte și interesante: relația instituției publice cu cetățeanul-client, cercetarea de marketing în administrația publică, politica de produs în cadrul administrației publice, comunicarea publică, mixul de marketing, etc. Includerea în cadrul unor capitole a unei abordări comparative precum și capacitatea autorului de a exemplifica aspectele teoretice cu trimiteri de ordin practic simplifică de multe ori parcurgerea textului. Este de dorit ca într-o viitoare ediție cartea să includă studii de caz distincte, axate pe realitatea administrativă românească.

Considerăm că lucrarea "Marketing în administrația publică din România" reprezintă, în contextul reformei manageriale, un demers important în dezvoltarea sferei marketingului public atât la nivelul universităților cât și la nivelul administrației publice din România.