

Cuprins

Argument.....	11
Cuvânt înainte și binecuvântare	16
Prefață.....	18
Inovația terminologică Management și Marketing în context ecleziastic	21
Capitolul 1	
Coordonatele conceptuale ale serviciilor ecleziastice ortodoxe.....	25
1.1 Delimitări conceptuale privind serviciile	25
1.1.1 Caracteristicile serviciilor.....	28
1.1.2 Tipologia serviciilor.....	29
1.2 Definierea, tipologia și caracteristicile serviciilor ecleziastice.....	34
1.3. Importanța și rolul serviciilor ecleziastice în societatea actuală.....	38
Capitolul 2	
Organizarea Bisericii Ortodoxe Române	40
2.1 Organizarea canonică și teritorială a Bisericii Ortodoxe Române.....	56
2.1.1. Fundamentul canonic și ecleziologic al organizării B.O.R.....	56
2.1.2. Nivelurile de organizare bisericească.....	58
2.1.3. Organizarea teritorială și delimitarea canonică	60
2.1.4. Organizarea canonică în diaspora.....	60
2.2 Rânduiala slujirii ierarhice în Biserica Ortodoxă Română.....	61
2.2.1. Fundamentul teologic și canonic al ierarhiei bisericești	61
2.2.2. Treptele ierarhiei bisericești.....	61

2.2.3. Forme ale slujirii episcopale în B.O.R.....	64
2.2.4. Alegerea, confirmarea și revocarea ierarhilor (art. 126-133)	65
2.2.5. Îndatoriri și responsabilități ale clericilor	66
2.3 Împreună-lucrarea pastorală și administrativă în viața Bisericii	66
2.3.1. Teologia slujirii în Biserica Ortodoxă: sinergie și responsabilitate	67
2.3.2. Rolul episcopului: conducător spiritual și administrator eparhial (art. 86-89).....	67
2.3.3. Preotul paroh – lucrător pastoral și chivernisitor local (art. 49-53).....	68
2.3.4. Protopopul – coordonator intermediar între eparhie și parohii (art. 70-72).....	68
2.3.5. Structurile administrative eparhiale: colaborare între cler și mireni	69
2.3.6. Principiul împreună-lucrării: model ecleziologic orthodox	69
2.3.7. Exigențele contemporane și fidelitatea față de Revelație.....	70

Capitolul 3

Conducerea sobornicească a Bisericii Ortodoxe Române.....	71
3.1 Conducerea sobornicească a Bisericii: sinoade, consilii și adunări eparhiale.....	71
3.1.1. Principiul sobornicității în viața Bisericii Ortodoxe	71
3.1.2. Sfântul Sinod – autoritatea supremă bisericească (art. 11-18).....	72
3.1.3. Sinodul Mitropolitan – coordonarea regională (art. 111-113).....	73
3.1.4. Sinodul eparhial – conducerea eparhiei	73
3.1.5. Adunarea eparhială – expresia sobornicității locale (art. 90-94).....	73
3.1.6. Consiliul Eparhial – organ executiv al eparhiei (art. 95-98)	74
3.1.7. Consistoriul – autoritatea disciplinară (art. 151).....	74

3.1.8. Adunarea Națională Bisericească – forul central sobornicesc (art. 19-23).....	75
3.2. Management și marketing eclesial în lumina canoanelor Bisericii Ortodoxe.....	75
3.2.1 Ierarhia bisericească și conducerea instituțională.....	78
3.2.2 Judecata canonică și disciplina clerului.....	79
3.2.3 Chivernisirea bunurilor bisericești.....	81
3.2.4 Comunicarea pastorală și marketingul eclesial – dimensiuni canonice	82
3.2.5 Îndatorirea de a catehiza și de a predica	82
3.2.6 Elemente de bună practică inspirate din Tradiția canonică.....	83
3.3. Biserica – model de echilibru spiritual și social aplicabil contextului socio-economic contemporan	84
3.3.1. Biserica – model de echilibru între dimensiunea spirituală și cea social-economică	84
3.3.2. Echilibrul interior și credința – soluții spirituale pentru crizele lumii moderne.....	89
3.4 Către o mai bună înțelegere a Bisericii în societate	95
3.4.1. Biserica – instituție divino-umană și dimensiunea temporală a misiunii	95
3.4.2. Reproșul societății: între percepție și realitate.....	96
3.4.3. Misiunea publică a Bisericii: între Evanghelie și societate	96
3.4.4. Comunicarea Bisericii: între tăcere și eficiență.....	97
3.4.5. Profesionalismul în misiunea Bisericii.....	97
3.4.6. Biserica și societatea: parteneri sau adversari?.....	98
3.4.7. Spre o teologie a prezenței active.....	98
3.5 Percepția publică a Bisericii și echilibrul comunicării într-o societate democratică.....	99
3.5.1. Mediaticizarea selectivă și percepția publică	99
3.5.2. Confuzia între persoană și instituție	100
3.5.3. Criza valorilor spirituale într-o societate materialistă	100

3.5.4. Comunicarea ecleziastică: între smerenie și profesionalism.....	101
3.5.5. Responsabilitate reciprocă: societate și Biserică	101

Capitolul 4

Managementul general al Bisericii Ortodoxe Române

4.1 Conceptualizarea managementului serviciilor ecleziastice.....	107
4.2 Sistemul de management al Bisericii Ortodoxe Române	110
4.3 Principiile managementului; particularități în cadrul serviciilor ecleziastice	113
4.4 Funcțiile managementului serviciilor, elemente specifice serviciilor ecleziastice	122

Capitolul 5

Oamenii – capitalul intangibil din cadrul serviciilor

ecleziastice ortodoxe

5.1 Particularitățile resurselor umane în cadrul Bisericii Ortodoxe Române.....	126
5.2 Elemente privind recrutarea, selectarea, pregătirea și perfecționarea resursei umane în Biserica Ortodoxă Română.....	133
5.3 Coordonate ale măsurilor de motivare, evaluare și recompensare a slujitorilor (personalului) din Biserica Ortodoxă Română.....	141

Capitolul 6

Rolul și importanța managementului financiar în

cadrul Bisericii Ortodoxe Române

6.1 Considerații legale privind premisele managementului financiar din cadrul Bisericii Ortodoxe Române.....	150
6.2 Perspectiva financiară în managementul serviciilor ecleziastice ortodoxe: între constrângeri sistematice și imperative de performanță.....	152
6.3 Dimensiunea managerial-financiară a administrării resurselor în mediul ecleziastic	156

Capitolul 7

Fundamente și particularități ale marketingului ortodox.....	161
7.1 Coordonate conceptuale privind marketingul ecleziastic...	162
7.2 Particularitățile mediului de marketing al Bisericii Ortodoxe Române.....	168
7.2.1 Mediul intern al Bisericii Ortodoxe Române	170
7.2.2 Mediul extern al Bisericii Ortodoxe Române.....	170
7.2.2.1 Macromediul	171
7.2.2.2 Micromediul.....	172
7.3 Coordonatele mix-ului de marketing în cadrul serviciilor ecleziastice ortodoxe	175

Capitolul 8

Comunicarea - fundamentul marketingului serviciilor ecleziastice ortodoxe	179
8.1 Delimitari conceptuale privind comunicarea în marketingul ecleziastic ortodox.....	179
8.2 Procesul de comunicare – elemente particulare în marketingul ecleziastic ortodox.....	183
8.3 Brandingul ecleziastic ortodox.....	195
Încheiere	199
Bibliografie generală	203