

## Fișa de verificare a îndeplinirii standardelor minimale

conform Ordinului nr. 5648/13.12.2013 Publicat in MO PI 811/20.12.2013 pentru modificarea art.3 din anexa 1 la Ordinul ministrului educației, cercetării, tineretului și sportului nr.5691/2011

Standarde minimale conform anexei nr. Anexei 7, Ordinul 4204/15.07.2013 Publicat In MO PI 440/18.07.2013 cu rectificările publicate in MO PI nr. 499/8.08.2013

### Comisia sociologie, științe politice și administrative

#### Domeniu științific arondat: Științe ale Comunicării

Prof. univ.dr. Delia Cristina BĂLAȘ (născută Balaban)

Criteriaul	Descriere	Standardul pentru profesor universitar	Realizat de candidat
<b>C1</b>	Punctajul pentru indicatorul I1	≥3 puncte	<b>3,208 puncte</b> <i>Îndeplinit</i>
<b>C2</b>	Numărul de articole care reprezintă contribuții originale în reviste cotate ISI sau indexate în cel puțin 2 din bazele de date internaționale recunoscute	≥6	<b>23 de articole,</b> <b>reprezentând</b> <b>78,82 puncte</b> <i>Îndeplinit</i>
<b>C3</b>	Numărul de cărți la care este unic autor, prim autor sau coordonator	Cel puțin o carte la o editură de prestigiu internațional (A1) sau cel puțin două cărți publicate la edituri cu prestigiu recunoscut (A2)	<b>1 carte la o editură de prestigiu internațional,</b> <b>care se găsește în peste 12 biblioteci cf. KVK și</b> <b>4 cărți publicate la edituri de prestigiu recunoscut (A2)</b> <i>îndeplinit</i>
<b>C4</b>	C4 Suma punctajului pentru indicatorii I.1.-I.18	≥60	<b>264,238</b> <i>îndeplinit</i>
<b>C5</b>	Punctajul pentru indicatorul I.9	≥ 3	<b>22,21</b> <i>îndeplinit</i>
<b>C6</b>	Suma punctajului pentru indicatorii I.5-I.8	≥3	<b>56,5</b> <i>îndeplinit</i>
<b>C7</b>	Punctajul total (suma punctajului pentru indicatorii I1-I23)	≥100	<b>273,73</b> <i>îndeplinit</i>
<b>C8</b>	Punctajul total (suma punctajului obținut după obținerea titlului de doctor)	≥50	<b>267,23</b> <i>îndeplinit</i>

Nr. crt.	Continut	Punctaj
I.1	Articole în reviste cotate ISI având un factor de impact $f$ care este mai mare sau egal cu 0,1	$(2+4 \times f) \times 2/n$
I.1	Balaban Delia-Cristina, Iancu Ioana-Raluca, <i>The Role of the PR in the Public Sector. Case Study on PR Professionalization at the Local Level in Romania</i> , Social_Sciences_Citation, TRANSYLVANIAN REVIEW OF ADMINISTRATIVE SCIENCE, 27E, 2009, P.22 – 38 $f=0,302$	$(2+4 \times 0,302) \times 2/2 = 3,208$
I.1.	<b>Total I.1</b>	<b>3,208</b>
I.2	Articole în reviste cotate ISI având un factor de impact mai mic decât 0,1 sau în reviste indexate în cel puțin două dintre bazele de date internaționale recunoscute	$4x/n$
I.2.	<p><b>Reviste ISI cu factor de impact mai mic decât 0,1, totodată indexate în următoarele baze de date internaționale: SCOPUS; EBSCO, ProQuest, CEEOL</b></p> <p>Iancu Ioana-Raluca, <b>Balaban Delia-Cristina</b>, <i>Romanian Media Coverage on Bioethics. The Issue of Stem Cells</i>, in JOURNAL FOR THE STUDY OF RELIGIONS AND IDEOLOGIES, 8, 2009, P.24 - 37</p> <p>Iancu Ioana-Raluca, <b>Balaban Delia-Cristina</b>, <i>Religion and Political Communication during Elections in Romania</i>, in JOURNAL FOR THE STUDY OF RELIGIONS AND IDEOLOGIES, 8, 24, 2009, P.151 – 167</p> <p>Iancu Ioana-Raluca, <b>Balaban Delia-Cristina</b>, <i>Religious Influences in Inaugural Speeches of US Presidents</i> in JOURNAL FOR THE STUDY OF RELIGIONS AND IDEOLOGIES, vol 12 issue 34 spring 2013, P.101-125.</p> <p><b>Reviste indexate în următoarele baze de date internaționale recunoscute: EBSCO, ProQuest, DOAJ</b></p> <p><b>Balaban Delia-Cristina</b>, Ten Doornkaat Ina, <i>Efficiency in International PR. Case Study "The Best Job in the World"</i>, <b>Revista Romana de Comunicare si Relatii Publice</b>, 2009, P.27-34</p> <p><b>Balaban Delia-Cristina</b>, Abrudan Mirela Codruta, Iancu Ioana-Raluca, Lepădatu Ioana, <i>Role Perception of Romanian Journalists. A Comparative Study of Perception in Local versus National Media</i>, <b>Revista Romana de Comunicare si Relatii Publice</b>, 2010, P.9-25</p> <p><b>Balaban Delia-Cristina</b>, Meyen Michael, <i>The Role Perception of Eastern European Journalists. A Qualitative Analysis</i>, <b>Revista Romana de Comunicare si Relatii Publice</b>, 2011, P.87-98</p> <p><b>Reviste indexate în următoarele baze de date internaționale: EBSCO, ProQuest, CEEOL</b></p> <p><b>Balaban Delia-Cristina</b>, Deac Mihai-Florin, Iancu Ioana-Raluca, <i>Media in Teenagers' Daily Life. Particularities of Young Persons' Media Use in German Language High Schools in Transylvania</i>, <b>Philobiblon</b>, 2009,</p>	<p>4x1,5/2</p> <p>4x 1,5/2</p> <p>4x1,5/2</p> <p>4x 1,5/2</p> <p>4x 1,5/4</p> <p>4x 1,5/2</p> <p>4x 1,5/3</p>

	<p>P.406-422</p> <p><b>Reviste indexate în următoarele baze de date internaționale prezente în: EBSCO, ProQuest, DOAJ</b></p> <p><b>Balaban Delia-Cristina, Mucundorfeanu Meda, <i>Using Media in the Foreign Language. Case Study Media Use of the Students of the Babes-Bolyai University Romania, <i>Essachess</i>, 2010, P.177-190</i></b></p> <p><b>Reviste indexate în următoarele baze de date internaționale EBSCO; CEEOL</b></p> <p><b>Balaban, Delia Cristina, <i>Teorii despre efectele publicității. Aspecte introductive cu privire la neuromarketing, în <i>Studia Ephemeres</i>, nr.1/2009, p.111-115</i></b></p> <p><b>Balaban, Delia Cristina, <i>The Framing or the Interpretation Frames Theory , în <i>Journal of Media Research</i>, nr.2/2008, p.8-12</i></b></p> <p><b>Baltaretu, Cristina/Balaban, Delia Cristina, <i>Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students. A Qualitative Approach. in <i>Journal of Media Research</i>, nr. 6(1)/2010, p. 67-74</i></b></p> <p><b>Laura, Crisan/Gertrude, Timis/Balaban, Delia Cristina, <i>Medialisierung des Sports. Fallstudie Cluj-Napoca. in <i>Journal of Media Research</i>, nr. 7(2)/2010, p. 3-11</i></b></p> <p><b>Balaban, Delia Cristina, Lepădatu Ioana, <i>Media Use by Children in the Rural Area. Case Study of the Village Berindu in the Cluj County, <i>Studia Ephemeres</i>, nr. 2/2009, p. 75-84.</i></b></p> <p><b>Balaban, Delia Cristina, Abrudan Mirela, Magyari Noemi, <i>Cazul Mailat în presa britanică, în <i>Revista Română de Jurnalism si Comunicare</i>, nr.1-2/ 2009, p. 20-26.</i></b></p> <p><b>Balaban, Delia Cristina, <i>Einzelne Medientheoretiker. Werk und wichtigste Ideen, în <i>Studia Ephemeres</i>, nr.1/2008, p.3-8.</i></b></p> <p><b>Balaban Delia Cristina, <i>Locul și rolul media în viața pensionarilor români. Considerații despre comportamentul media al pensionarilor, in <i>Revista Română de Jurnalism si Comunicare</i>, nr.1-2/2008, p.42-46.</i></b></p> <p><b>Balaban Delia Cristina, <i>Identitatea corporativă, în <i>Studia ephemerides</i>, 2005, p.109-114.</i></b></p> <p><b>Balaban Delia Cristina, <i>Noțiuni de bază în publicitate: Mixul</i></b></p>	<p>4x 1,5/2</p> <p>4x 1/1</p> <p>4x 1,5/1</p> <p>4x 1,5/2</p> <p>4x 1,5/3</p> <p>4x 1,5/2</p> <p>4x 1/3</p> <p>4x 1,5/1</p> <p>4x 1/1</p> <p>4x1/1</p>
--	---	--

	<p>comunicațional, în <i>Studia ephemerides</i>, 2004, p.65-70.</p> <p><b>Balaban Delia Cristina</b>, <i>Spațiul public, opina publică</i>, în <b>Studia Ephemerides</b>, 2003, p. 15-22.</p> <p><b>Balaban Delia Cristina</b>, <i>Public Relations vs. Öffentlichkeitsarbeit, o dezvoltare istorică paralelă a conceptelor</i>, în <b>Studia Ephemerides</b>, 2003, p. 111-119.</p> <p><b>Balaban Delia Cristina/Jedenak Rita</b>, <i>Conceptul de imagine. De la psihologia socială la relațiile publice</i>, în <b>Revista Română de Jurnalism și Comunicare</b>, Nr.4/2003, p.35-40.</p> <p><b>Balaban Delia Cristina</b>, <i>Teoria convergenței ofertei de televiziune în sistemul dual, o posibilă explicație pentru dezvoltarea contemporană a programelor de televiziune</i>, în <b>Studia Ephemerides</b>, Cluj-Napoca, 2002, p.37-43.</p> <p><b>Balaban, Delia Cristina</b>, <i>Comportamentul de consum media al romanilor in context european</i>, in <i>Revista Romana de Jurnalism si Comunicare</i>, nr.1/2007, p. 28-31.</p>	<p>4x1/1</p> <p>4x1/1</p> <p>4x1,5/1</p> <p>4x1/2</p> <p>4x1/1</p> <p>4x1/1</p>
	<b>Total I.2</b>	<b>23 de articole, punctaj 78,82</b>
I.3	<p><b>Cărți de unic autor publicate la o editură de prestigiu din străinătate publicate într-o limbă de circulație internațională</b></p> <p><b>Balaban Delia-Cristina</b>, <i>Informationsvermittlung und oeffentliche Meinungsbildung im Rumaeninschen Fernsehen</i>, 2006, ediția a doua revizuită și adăugită, Hochschulverlag Mittweida, 2006, ISBN 398095986-4. (Volumul de mai sus este indexat în cel puțin 12 biblioteci Karlsruhe Virtual Catalog KVK )</p> <p><b>Balaban Delia-Cristina</b>, <i>Perspective asupra televiziunii in Romania</i>, PRESA UNIVERSITARA CLUJEANA , CLUJ-NAPOCA, 2003, ISBN 973-610-129-0.</p> <p><b>Balaban Delia-Cristina</b>, <i>Comunicare publicitara</i>, ACCENT , CLUJ-NAPOCA, 2005, ISBN 973-8445-80-9</p> <p><b>Balaban Delia-Cristina</b>, <i>Publicitatea. De la planificarea strategica la implementarea media</i>, Editura Polirom, Iași 2009, ISBN 978-973-46-1394-6.</p>	<p>10x2=20</p> <p>10x1=10</p> <p>10x1=10</p> <p>10x1=10</p>

	<b>Balaban Delia-Cristina, <i>Comunicare mediatica</i></b> , Editura: Tritonic, București, 2009, ISBN: 978-973-733-313-1	10x1=10
I.3	<b>Total I.3</b> <b>Numărul de cărți de unic autor publicate la o editură de prestigiu din străinătate publicate într-o limbă de circulație internațională</b> Volumul de mai sus este indexat în cel puțin 12 biblioteci Karlsruhe Virtual Catalog KVK Sunt 4 volume publicate în edituri cu prestigiu recunoscut A2.	<b>60</b>
I.4.	<b>Cărți publicate în calitate de coautori având n coautori</b>	6xm/n
	<b>Balaban, Delia Cristina/ Deac, Mihai, <i>Strategie și creativitate publicitară</i></b> , Editura Accent, Cluj-Napoca, 2007.	6x1/2
	<b>Total I.4</b>	<b>3</b>
I.5	<b>Cărți cordonate având n coordonatori</b>  <b>Balaban, Delia Cristina/ Hosu, Ioan (coord.), <i>PR Trend. Societate si comunicare</i></b> , Tritonic, Bucuresti, 2009.  <b>Balaban, Delia Cristina/Iancu Ioana/Meza Radu (coord.), <i>PR, Publicitate și New Media</i></b> , Editura Tritonic, București, 2009.  <b>Balaban, Delia Cristina/Abrudan, Mirela Codruța/Câmpian Veronica (coord.), <i>Aspekte der Medien- und Werbekommunikation</i></b> , Accent, Cluj-Napoca, 2008.  <b>Balaban, Delia Cristina/Abrudan, Mirela Codruța (coord.), <i>Tendențe în relații publice și publicitate. Planificare strategică și instrumente</i></b> , Editura Tritonic, București, 2008.  Abrudan, Elena/ <b>Balaban, Delia Cristina (coord.), <i>Jurnalism si publicitate. Dela idee la produsul media</i></b> , Accent Cluj-Napoca, 2007.  <b>Balaban, Delia Cristina/Rus Flaviu Calin (coord.), <i>PR Trend. Teorie si practica in relatii publice si publicitate</i></b> , editura Tritonic, Bucuresti, 2007.  <b>Balaban, Delia Cristina/Rus Flaviu Calin (coord.), <i>PR Trend. Teorie si practica in relatii publice si publicitate I</i></b> , Accent, Cluj-Napoca 2005.	5x m/n pt fiecare carte 5x1/2=2,5  5x1/3=1,65  5x1,5/3=2,5  5x1/2=2,5  5x1/2=2,5  5x1/2=2,5  5x1/2=2,5
I.5.	<b>Total I.5</b>	<b>24,75</b>

I.6	Studii/capitole având <i>n</i> autori în volume colective (volume cu ISBN)	2xm/n
1.6.	<p><b>Balaban, Delia Cristina</b>, <i>Die Entwicklung der Fernsehlandschaft nach der Wende in Rumänien</i>, in <b>Busch D., Panasiuk I., Schröder H.</b> (Hrsg.): <i>Medientransformationsprozesse, Gesellschaftlicher Wandel und Demokratisierung in Südosteuropa</i>, Peter Lang Verlag, Frankfurt (Main), 2003, p.315-332, ISBN 3-631-50571-X.</p> <p><b>Balaban, Delia Cristina</b>, <i>Das Ende des Fernsehzeitalters? Interaktion der Teilsysteme in der rumänischen Mediengesellschaft</i>, în: Hartmut Schröder/ Ursula Bock (Hrsg.): <i>Semiotische Weltmodelle</i>, Lit, Münster, 2009, p.48-57, ISBN 978-3-8258-1133-4.</p> <p><b>Balaban, Delia Cristina</b>, <i>Petre Dan, Vom Planwirtschaft zum Cannes Lions. Zur Professionalisierung der Werbung in Rumänien</i>, in Balaban Delia Cristina, Rus Flaviu Calin, <i>Medien, PR und Werbung in Rumänien</i>, Mittweida Hochschulverlag, 2008, p.203-210, ISBN 978-3-9809598-0.</p> <p>Abrudan, Mirela, <b>Balaban, Delia Cristina</b>, <i>Brands and New Media. Swarm Marketing and Online Social Networks</i>, in Balaban Delia Cristina, Hosu, Ioan, <i>Medien, PR Trend. Society and Communication</i>, Mittweida Hochschulverlag, 2009, p.284-293, ISBN 978-3-9812499-3-4.</p> <p>Balaban, Delia Cristina, <i>Teorii și efecte ale comunicării de masă</i>, în Rus, Flaviu, Călin, Chereji, Christian-Radu, Mureșanu, Iustin, Hosu, Ioan, Radu Cristian, Beța, Margareta, <i>Științe ale comunicării, note de curs.</i>, Editura Accent, 2005, ISBN 973-8445-93-0, p. 99-267.</p> <p>Balaban, Delia Cristina, <i>Tehnici de promovare în mass-media</i>, în în Rus, Flaviu, Călin, Chereji, Christian-Radu, Mureșanu, Iustin, Hosu, Ioan, Radu Cristian, Beța, Margareta, <i>Științe ale comunicării, note de curs</i>, Editura Accent, 2005, ISBN 973-8445-93-0, p.317-378.</p> <p>Balaban, Delia Cristina, <i>Comunicare mediatică</i>, în Marga Andrei, Mureșan, Marius, Ștefan Minică, Rus, Flaviu Călin, Mihaela Luțaș, Lazăr, Dan, Balaban, Delia Cristina, Chereji Christian-Radu, Mureșanu, Iustin, <i>Științe ale comunicării, note de curs</i>, Editura Accent, 2006, ISBN (10) 973-8915-06-6, p. 247-273.</p>	<p>2x2/1=4</p> <p>2x2/1=4</p> <p>2x2/2=2</p> <p>2x2/2=2</p> <p>2x1/1</p> <p>2x1/1</p> <p>2x1/1</p>

	<p>Balaban, Delia Cristina, <i>Elemente de comunicare publicitară BTL și implementarea mediatică a campaniilor publicitare</i>, în Marga Andrei, Mureșan, Marius, Ștefan Minică, Rus, Flaviu Călin, Mihaela Luțaș, Lazăr, Dan, Balaban, Delia Cristina, Chereji Christian-Radu, Mureșanu, Iustin, , <i>Științe ale comunicării, note de curs</i>, Editura Accent, 2006, ISBN (10) 973-8915-06-6, p. 345-404.</p> <p>Hilmer, Ludwig/Balaban, Delia Cristina, <i>Marketingul viral</i>, in: Balaban, Delia Cristina/Iancu, Ioana/Meza, Radu PR, publicitate si new media, editura Tritonic, Bucuresti, 2009, p.127-142, ISBN 9789737333742</p> <p>Balaban, Delia Cristina/ Abrudan Mirela, <i>Provocări contemporane în lumea brandurilor</i>, in PR Trend III, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2008, p.61-73, ISBN 978-973-8915-66-4</p> <p>Balaban, Delia Cristina, <i>Publicitate versus Relații Publice</i>, în <i>Tendențe în relații publice și publicitate. Planificare strategică și instrumente</i>, Editura Tritonic, București, p.9-25, ISBN 978-973-733-278-3.</p> <p>Balaban, Delia Cristina, <i>Product placementul, favoritul producțiilor TV românești</i> în Balaban, D.C., Rus, F.C.(coord), <i>PR Trend. Teorie și practică în relații publice și publicitate II</i>, editura Tritonic, București, 2007, ISBN 978-973-733-125-0, p. 167-173.</p> <p>Balaban, Delia Cristina, <i>Publicitatea și posibilele ei efecte asupra copiilor în</i> Balaban, D.C., Rus, F.C.(coord), <i>PR Trend. Teorie și practică în relații publice și publicitate</i>, Editura Accent, 2005, ISBN ISBN 978-973-733-125-0, p.85-92.</p>	<p>2x1/1</p> <p>2x1/2</p> <p>2x1/2</p> <p>2x1/1</p> <p>2x1/1</p> <p>2x1/1</p>
	<b>Total I.6</b>	<b>28</b>
<b>I.7</b>	<b>Recenzii publicate în reviste ISI sau în reviste indexate în cel puțin 2 din bazele de date internaționale recunoscute sau termeni de minimum o pagină în dicționare de specialitate</b>	<b>0,5xm/n</b>
<b>I.7.</b>	<b>Balaban Delia-Cristina, <i>Myths, archetypes and stereotypes in contemporary Romanian advertising communication</i>, Arts_and_Humanities, JOURNAL FOR THE STUDY OF RELIGIONS AND</b>	<b>0,5x1,5/1</b>

	<p>IDEOLOGIES, 9/26 Summer 2010, 2010, P.244 – 248</p> <p><b>Balaban, Delia-Cristina, Managment Marketing. Cultura, Oraganisational and Decisional Influences,</b> in <i>Journal of Media Research</i>, Nr.2/2008, P.123-124.</p> <p><b>Balaban, Delia-Cristina, Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung,</b> in <i>Journal of Media Research</i>, Nr.2/2008, P.125.</p> <p><b>Balaban, Delia-Cristina, A theoretical and empirical approach on Corporate Social Responsibility and Public Relations in Romania,</b> în <i>Journal of Media Research</i>, vol. 6 issue 1(15)/2013, P. 69-70.</p> <p><b>Balaban, Delia-Cristina, Communication and the EU. A complex approach in times of crisis,</b> în <i>Journal of Media Research</i>, vol. 6 issue 1(15)/2013, P. 63-65.</p>	<p>0,5x1,5/1</p> <p>0,5x1,5/1</p> <p>0,5x1,5/1</p> <p>0,5x1,5/1</p>
<b>I.7.</b>	<b>Total I.7.</b>	<b>3,75</b>
<b>I.8</b>	<b>Lucrări publicate în volume ale unor conferințe (volume cu ISBN) indexate în cel puțin una dintre bazele de date internaționale recunoscute</b>	<b>1xm/n</b>
<b>I.8.</b>	Nu este cazul	<b>0</b>
<b>I.9</b>	<b>Citări ale publicațiilor candidatului în reviste ISI, în cărți sau volume ori reviste indexate în baze de date internaționale care au un factor de impact f (nu se iau în considerare autocitările) n este numărul de autori ai publicației citate</b>	<b>(0,2+4f)x2/n</b>
<b>I.9.</b>	<p><b>Articolul:</b> Iancu Ioana-Raluca, <b>Balaban Delia-Cristina, Romanian Media Coverage on Bioethics. The Issue of Stem Cells, Arts_and_Humanities, JOURNAL FOR THE STUDY OF RELIGIONS AND IDEOLOGIES, 8, 2009, P.24 – 37</b> citată în:</p> <p>1. Sandu Frunză, <i>On the need for a model of social responsibility and public action as an ethical base for adequate, ethical and efficient resource allocation in the public health system of Romania</i> <b>Revista de cercetare și intervenție socială, 2011, vol. 33, pp. 178 –</b></p>	<p>(0.2+4x1,186) x2/2=4,94</p>



	<p>196, revită ISI <b>f=1,186</b></p> <p><b>2.</b> Mihai Curelaru, Adrian Neculau, Mioara Cristea, <i>What people think about cloning? Social representation of this technique and its associated emotions</i>, <b>Journal for the Study of Religions and Ideologies</b>, Vol 11, No 31 (2012), revistă ISI fără factor de impact.</p> <p><b>3.</b> Cristina Gavriluta, Mihaela Frunza, <i>Transplantation debates in Romania between bioethics and religion</i>, <b>Journal for the Study of Religions and Ideologies</b>, Vol 11, No 31 (2012), revistă ISI fără factor de impact.</p> <p><b>Articolul:</b>  <b>Balaban, Delia Cristina</b>, <i>Wenig lesen, viel fernsehen. Strukturelle Faktoren der Mediennutzung in Rumaenien</i>, in <a href="#">Muenchener Beitrage zur Kommunikationswissenschaft, august 2007</a>, citat în:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meyen, Michael, <i>Media Knowledge and Media Menus as Cultural Capital and Distinctive Features</i>, în <b>Journal of Media Research</b>, Nr. 2/2008, pag. 19-26, la pag. 19.- publicație BDI, EBSCO, CEEOL</li> </ol> <p><b>Articolul:</b>  <b>Balaban, Delia Cristina</b>, <a href="#">The Framing or the Interpretation Frames Theory</a>, in <b>Journal of Media Research</b>, nr.2/2008, pag.8-12 citat în:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Abrudan, M. / Colceriu, S. The Economic Crisis in the German Press, <i>Journal of Media Research</i> (1 (6)/2010), P.42-57</li> </ol> <p><b>Articolul:</b>  <b>Balaban Delia-Cristina</b>, Iancu Ioana-Raluca, <i>The Role of the PR in the Public Sector. Case Study on PR Professionalization at the Local Level in Romania</i>, Social_Sciences_Citation, TRANSYLVANIAN REVIEW OF ADMINISTRATIVE SCIENCE , 27E, 2009, P.22 – 38 citat de</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sandu Frunza, Mihaela Frunza, <i>Philosophy and the Labor Market in Romania</i>, <b>Journal for the Study of Religions and Ideologies</b> nr. 25, vol. 9, revistă ISI fără factor de impact</li> </ol> <p><b>Articolul:</b>  Iancu Ioana-Raluca, <b>Balaban Delia-Cristina</b>, <i>Religion and Political</i></p>	<p>(0.2+4x0) x2/2=0,2</p> <p>(0.2+4x0) x2/2=0,2</p> <p>(0.2+4x0) x2/1=0,4</p> <p>(0.2+4x0) x2/1=0,4</p> <p>(0.2+4x0) x2/2=0,2</p>
--	---	---

	<p><i>Communication during Elections in Romania</i>, in JOURNAL FOR THE STUDY OF RELIGIONS AND IDEOLOGIES, 8, 24, 2009, P.151 – 167 citat în</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Bără, Monica; Chiciudean, Ion; Halic, Bogdan-Alexandru; Buzoianu, Corina, <i>Students' Perception of the Image of the Romanian Orthodox Church</i>, <b>Romanian Journal of Communication and Public Relations</b> (1/2010), 39-53, revistă BDi, EBSCO; ProQuest, DOAJ</li> </ol> <p><b>Articolul:</b></p> <p>Baltaretu, Cristina/<b>Balaban, Delia Cristina</b>, <i>Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students. A Qualitative Approach</i>. in <b>Journal of Media Research</b>, nr. 6(1)/2010, p. 67-74 citat în</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Kanghui Baeka, Avery Holtona, , Dustin Harpb, , Carolyn Yaschura , The links that bind: Uncovering novel motivations for linking on Facebook, <b>Computers in Human Behavior</b>, Volume 27, Issue 6, November 2011, Pages 2243–2248, revistă ISI <b>f=2,293</b></li> <li>Avery Holton, Negating Nodes and Liquid Fragmentation: Extending Conversations of Diffusion, Social Networks, and Fragmentation, <b>Communication Theory</b>, Volume 22, Issue 3, pages 279–298, August 2012, revistă ISI, <b>f=1,476</b></li> <li>Sara Beth Keough, Don't Touch That Dial!: Media and the Accumulation of Social Capital Among Newfoundlanders in Fort McMurray, Alberta, <b>American Review of Canadian Studies</b>, Volume 42, Issue 2, 2012, p. 156-170, revistă indexată în baze de date internaționale EBSCO, SCOPUS</li> </ol>	<p>(0.2+4x0) x2/2=0,20</p> <p>(0.2+4x2,293) x2/2=9,372</p> <p>(0.2+4x1,476) x2/2=6,104</p> <p>(0.2+4x0) x2/2=0,20</p>
I.9.	<b>Punctajul pentru indicatorul I.9 este mai mare decat 3</b>	<b>22,21</b>
I.10	<b>Editor al unei reviste editate în străinătate care este indexată ISI sau într-o bază de date internațională recunoscută</b>	<b>0</b>
I.11	<b>Editor al unei reviste editate în țară care este indexată ISI sau indexată într-o bază de date internațională recunoscută;</b> <b>Membri în comitetul de redacție al unei astfel de reviste</b>	<b>1</b> <b>0,5</b>
	Editor <i>Journal of Media Research</i> , Editura Accent, indexată în EBSCO,	1

	CEEOL  Membru în comitetul științific al <i>Revistei Române de Comunicare și Relații Publice</i> , editura comunicare.ro, București, EBSCO, CEEOL, ProQuest, DOAJ  Membru în comitetul științific al <i>Revistei Române de Jurnalism și Comunicare</i> , edituror FJSC, Univ.București, EBSCO, ProQuest	0,5  0,5
	<b>Total punctaj I.11.</b>	<b>2</b>
<b>I.12</b>	<b>Coordonator al unei colecții (serie de volume) editată de o editură de prestigiu internațional</b>  <b>Membru în comitetul științific al unei asemenea serii/colecții</b>  <b>Coordonator al unei colecții (serie de volume) editată la o editură din țară;</b>  <b>Membru în comitetul științific al unei asemenea serii/colecții</b>	<b>2</b>  <b>1</b>  <b>1</b>  <b>0,5</b>
	Coordonator al seriei Media a editurii Accent, Cluj-Napoca	1
	<b>Total I.12</b>	<b>1</b>
<b>I.13</b>	<b>Coordonarea unui proiect de cercetare finanțat cu echivalentul a cel puțin 50.000 lei de o entitate din străinătate</b>	<b>3</b>
	Nu este cazul, proiectele coordonate au fost finanțate cu sume mai mici	<b>0</b>
	Total I.13	<b>0</b>
<b>I.14</b>	<b>Coordonarea unui proiect de cercetare finanțat cu echivalentul a cel puțin 50.000 lei de o entitate din țară</b>	<b>3</b>
	Nu este cazul, proiectele coordonate au fost finanțate cu sume mai mici	<b>0</b>
<b>I.15</b>	<b>Profesor visiting la o universitate de prestigiu din străinătate (titular de curs finalizat prin evaluarea studenților)</b>  <b>Profesor/cercetător invitat (guest) la o univeritate de prestigiu din străinătate pentru o perioadă de cel puțin o lună</b>	<b>10</b>  <b>2</b>

	<b>Efectuarea unui stagiu postdoctoral pentru o durată de ce puțin un an la o universitate din străinătate</b>	<b>2</b>
	<p>Profesor visiting la Universitatea de Științe Aplicate din Mittweida, Germania 2007, 2008, 2009, 2010, 2012, titular de curs, inclusiv evaluarea studenților pentru cursurile <i>Medienwissenschaft, Einführung in der Kommunikationswissenschaft</i></p> <p>Profesor visiting la Universitatea de Științe Aplicate din Hannover, Germania 2008, 2009, 2010, 2012, titular de curs, inclusiv evaluarea studenților pentru cursurile <i>Medienwissenschaft, Einführung in der Massenkommunikationsforschung, Mediensysteme in Europa, Markenkommunikation, International PR</i></p> <p>Profesor invitat la Universitatea Paul Vallery Montpellier, Franța, noiembrie 2012</p> <p>Cercetător invitat la <i>Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung</i> al Ludwig Maximilians Universität München (februarie-martie 2005, septembrie-august 2006, august-septembrie 2010)</p>	<p>10</p> <p>10</p> <p>2</p> <p>2</p>
	Total punctaj I.15	<b>24</b>
<b>I.16</b>	<b>Lucrări prezentate la conferințe internaționale organizate în străinătate</b>	<b>1</b>
	<p>1. Lucrare prezentată în cadrul conferinței internaționale: <b><i>Morgen ist Heute. Medienerfinden sich neu. Medien Forum</i></b>, Fachhochschule Mittweida, Germania, 11-13 octombrie 2006, titlul lucrării : <b><i>Das rumänische Medienlandschaft</i></b> (keynote speaker)</p> <p>2. Lucrare prezentată în cadrul conferinței internaționale: <b><i>Medien Tage</i></b>, 26-28 octombrie 2005, München, Germania susținerea unei lucrări cu titlul <b><i>Die Ausbildung im Bereich Kommunikationswissenschaft in Rumänien</i></b>, în cadrul celui mai mare târg (și a unei serii de conferințe organizate printre alții de Ludwig Maximilian Universität München) media și de comunicare din Germania, organizator Landul Bavaria în parteneriat public-privat,</p>	<p>1</p> <p>1</p>

	<p>invitație din partea organizației <i>MedienCampus Bayern</i> (keynote speaker)</p> <p>3. Lucrarea prezentată cu titlul <b><i>Problem- und Entwicklungsfelder der Werbeforschung</i></b>, în cadrul <b>coferinței anuale a grupului de lucru în domeniul publicității al DGPUK</b>, Asociația Germană de Publicistică și Științele Comunicării, Zürich, Elveția, 31 octombrie-1noiembrie 2008</p> <p>4. Lucrarea prezentată cu titlul <b><i>Neue Medien und Werbung in Rumänien</i></b>, în cadrul <b>coferinței anuale a grupului de lucru în domeniul publicității al DGPUK</b>, Asociația Germană de Publicistică și Științele Comunicării, Kitzbühl, Austria, septembrie 2009</p> <p>5. Lucrare prezentată în cadrul conferinței internaționale: <b><i>Communication du symbolique et symbolique de la communication dans les sociétés modernes et postmodernes</i></b>, organizată de Universitatea Paul Vallery Montpellier, Franța, Beziers 8-9 noiembrie 2012, titlul lucrării : <b><i>Religious Influences in Inaugural Speeches of US Presidents</i></b> (keynote speaker)</p> <p>6. Lucrare prezentată în cadrul conferinței internaționale: <b><i>Bildkorrekturen. Migration und Entwicklung</i></b> organizator inWent, Ministerul federal german pentru cooperare și dezvoltare economică, 26-28.11. 2009, Starnberger See, titlul lucrării: <b><i>Migration in Europa</i></b> (keynote speaker)</p>	<p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p>
	<b>Total punctaj I.16</b>	<b>6</b>
<b>I.17</b>	<b>Lucrări prezentate la confrințe internaționale organizate în țară</b>	<b>0,5</b>
	<p>1. <b><i>Religion and Politics in the Globalization Era, UBB, Centrul de Analiză Politică</i></b>, Cluj-Napoca, 22-24 iunie 2012, lucrarea prezentată cu titlul: <b><i>Religious Influences in Inaugural Speeches of US Presidents</i></b></p> <p>2. <b>ERACON</b>, UBB, Cluj-Napoca, 18-21 aprilie 2012, lucrarea prezentată cu titlul: <b><i>Developing international exchanges in the field of communication science</i></b></p> <p>3. <b><i>Communication, Media and Civic Culture</i></b> Universitatea București, FJSC, 18-20 mai 2012, lucrarea prezentată cu titlul: <b><i>Web 2.0 Changes and Challanges towards a Better Communication</i></b></p>	<p>0,5</p> <p>0,5</p> <p>0,5</p>

	<p>4. Participare cu prezentarea unei lucrări cu titlul <b>Media Use by Children in the Rural Area</b> în cadrul conferinței internaționale <b>Media programming and media consumption in the rural world</b>, FJSC, Universitatea București, 19-20.02.2009</p> <p>5. Participare cu prezentarea unei lucrări cu titlul <b>The Importance of Online Social Networks for Communication and Media Students. A Comparative Study Romania-Germany</b> în cadrul conferinței internaționale <b>Industria în schimbare. Modele ale/modele pentru jurnalism și comunicare</b>, FJSC, Universitatea București, 19-21.11.2009</p> <p>Participare cu prezentare de lucrări la seria de conferințe internaționale <b>PR Trend, UBB</b>, Cluj-Napoca:</p> <p>6. Lucrarea prezentată <b>Product Placement in Romanian TV Productions</b>, 7-8.04. 2006,</p> <p>7. Lucrarea prezentată <b>Brands and New Media. Swarm Marketing and Online Social Networks</b>, 16-18.11.2007,</p> <p>8. Lucrarea prezentată <b>Vom Planwirtschaft zu Cannes Lions. Die Professionalisierung der Werbewirtschaft in Rumänien</b>, 27-29.03.2009.</p> <p>9. Participarea cu prezentarea unei lucrări cu titlul <b>The Use of Social Network Sites in Romania</b>, în cadrul conferinței internaționale <b>Interdisciplinary New Media Studies</b>, Cluj-Napoca, 21-22.05. 2009</p> <p>10. Participarea cu prezentarea unei lucrări cu titlul <b>Online Advertising in Advertising Industry in Romania</b>, în cadrul conferinței internaționale <b>R and D Perspectives. Promoting Innovation through Education, Culture and Communication</b>, SNSPA, București, 6-7. 11.2009</p> <p>11. Prezentarea unei lucrări cu titlul <b>Digital Connectivity-Change and Challenge for Advertising</b> în cadrul conferinței internaționale <b>TAAN Europe (Asociație internațională de publicitate)</b> , București, 2011 (keanote speaker)</p> <p>12. Prezentarea unei lucrări cu titlul <b>Best practices in Communication Sciences</b> în cadrul conferinței internaționale <b>Higher Education that Matters</b>, organizată de British Council la Sinaia în perioada 18-19 decembrie 2007</p> <p>13. Prezentarea unei lucrări cu titlul <b>The Development of the Communication Science in Romania. Challenges and Perspectives</b> în cadrul conferinței internaționale <b>Professional Communication and Translation Studies</b> , Universitatea Politehnica Timisoara, aprilie2013 (keanote speaker)</p>	<p>0,5</p> <p>0,5</p> <p></p> <p>0,5</p> <p>0,5</p> <p>0,5</p> <p>0,5</p> <p>0,5</p> <p>0,5</p> <p>0,5</p> <p>0,5</p> <p>0,5</p>
--	--	--

	<b>14.</b> Prezentarea unei lucrări cu titlul <b>Communication Science in Romania</b> . în cadrul conferinței internaționale <i>Media Convergence</i> , Universitatea Babes-Bolyai Cluj-Napoca, octombrie 2013.	0,5
	<b>Total punctaj I.17</b>	<b>7</b>
<b>I.18</b>	<b>Beneficiar al unor granturi individuale sau burse postdoctorale în valoare de cel puțin 25.000 lei fiecare</b>	<b>0,5</b>
	<b>1.</b> Bursă postdoctorală în cadrul programului POSDRU <i>Rețea transnațională de management integrat al cercetării postdoctorale în domeniul Comunicarea științei. Construcție instituțională (școală postdoctorală) și program de burse (CommScie) POSDRU/89/1.5/S/63663.</i> iulie 2011-iunie 2012, valoare 12.000 euro	0,5
	<b>Total punctaj I.18</b>	<b>0,5</b>
<b>I.19</b>	<b>Inițierea unor programe de studiu universitare</b>	<b>2</b>
	<b>Introducerea de cursuri noi</b>	<b>0,5</b>
	<b>Publicare cursuri pentru studenți</b>	<b>1xm/n</b>
	<b>Introducerea unor programe de studiu noi la nivel licență și master</b>	2
	Inițierea programului de <b>master în Publicitate, zi, ulterior ID și respectiv FR</b> la Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Catedra de Comunicare și Relații Publice, 2007- dosar acreditare ARACIS	
	Inițierea programului de <b>licență în Publicitate, zi</b> , la Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Catedra de Comunicare și Relații Publice, 2009-dosar autorizație de funcționare provizorie ARACIS	2
	Inițierea programului de <b>master în Publicitate și Relații Publice</b> (limba germană și engleză), zi, la Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Catedra de Comunicare și Relații Publice, 2009 dosar acreditare ARACIS	2
	<b>Introducerea unor cursuri noi</b>	7x0,5=3,5
	<i>Comunicare mediatică</i> , CRP, Publicitate, anul 2, UBB, FSPAC, curs obligatoriu, din 2007	
	<i>Comunicare publicitară</i> , CRP, Publicitate, anul 1, UBB, FSPAC, curs obligatoriu, din 2003	
	<i>Tehnici de promovare în mass-media</i> , CRP, Publicitate, anul 3, UBB, FSPAC, curs obligatoriu, din 2003	
	<i>Elemente de comunicare vizuală în publicitate</i> , CRP, Publicitate, anul 2, UBB, FSPAC, curs optional din 2007	
	<i>Strategii de campanie publicitară</i> , CRP, anul 2, UBB, FSPAC, curs optional din 2007	
	<i>Instrumente BTL</i> , Master Publicitate, UBB, FSPAC, curs obligatoriu din 2007	

	<i>Campanii și strategii de publicitate</i> , Master Publicitate, UBB, FSPAC, curs obligatoriu din 2009	
	<b>Total punctaj I.19</b>	<b>9,5</b>
<b>I.20</b>	<b>Membru al unei echipe de cercetare care implementează un proiect pe bază de competiție cu cel puțin 100.000 lei</b>	<b>1</b>
<b>I.20</b>	Membru în echipa proiectului <b>CEEX modulul 2</b> , <i>Evaluarea reformei administrației publice din România</i> , 1476000 RON, coordonator conf. dr. Călin Hințea,	1
	Membru în echipa proiectului coordonat de <i>Europa Universität Viadrina, Frankfurt/Oder, Germani</i> , director prof.dr. Hartmut Schröder, în cadrul Center for Advanced Eastern European Studies (CACES), <i>Medientransformationsprozesse, Gesellschaftlicher Wandel und Demokratisierung in Südosteuropa</i> , octombrie 2000-iulie 2001, finanțator Otto Wolf Stiftung	1
	Membru în echipa proiectului coordonat de <i>Europa Universität Viadrina, Frankfurt/Oder, Germani</i> , director prof.dr. Ekhard Höfner, în cadrul Center for Advanced Eastern European Studies (CACES), <i>Transformation der Bildschirmmedien in West- und Osteuropa im Vergleich</i> , martie-decembrie 2002, finanțator Otto Wolf Stiftung	1
	<b>Total punctaj I.20</b>	<b>3</b>
<b>I.21</b>	Membru al Consiliului Național de Atestare a Titlurilor, Diplomelor și Certificatelor Universitare, al Consiliului Național al Cercetării Științifice, a consiliului sau a comisiilor de specialitate ale Agenției Române de Asigurare a Calității în învățământul superior	<b>1</b>
<b>I.21</b>	Nu este cazul	<b>0</b>
<b>I.22</b>	<b>Studiu individual sau colectiv, de evaluare și fundamentare de politici publice-elaborat în urma unor concursuri de selecție, pentru diverse instituții publice guvernamentale/organizații internaționale/centre de cercetare</b>	<b>1xm/n</b>
<b>I.22.</b>	<b>Nu este cazul</b>	<b>0</b>
<b>I.23</b>	<b>Participarea la colective de elaborare sau implementare a granturilor sau a proiectelor de dezvoltare instituțională, socială și regională, transfer de cunoaștere și instrumente de politici; asistență pentru dezvoltare ș.a.finanțate de o entitate regională, națională sau din străinătate</b>	<b>1</b>
<b>I.23</b>	Participarea în colectivul de elaborare unui proiect de cercetare în cadrul apelului lansat pentru propuneri: <i>Cooperări bilaterale. Acțiuni integrate România-Franța</i> (membru în echipa proiectului, director de proiect lect.dr. Ioan Hosu), depunere mai 2012 PN-II-CT-RO-FR-2012-1, proiect declarat eligibil, nefinanțat	1
	Participarea în calitate de director la elaborarea unui Proiect de cercetare în cadrul apelului lansat pentru propuneri Tinere Echipe 2012 <i>Media Frames in Romanian Public Sphere. Comparing the Credibility of Online and Offline Media Message</i> , PN-II-RU-TE-2012-3-0135, proiect	1



	<p>declarat eligibil, nefinanțat</p> <p>Proiect elaborat în calitate de director: MEDIA COMMUNICATORS TYPOLOGIES. A COMPARATIVE PERSPECTIVE ON SELF IMAGE AND ROLE OF THE JOURNALISTS IN EUROPEAN CONTEXT, competiția IDEI PN-II-ID-PCE-2008-2</p> <p>Proiect elaborat în calitate de director: ROLUL SI IMAGINEA DE SINE A JURNALISTILOR DIN ROMANIA IN CONTEXTUL MODIFICARILOR STRUCTURII SISTEMULUI MEDIA, competiția proiecte de cercetare exploratorie PN-II-ID-PCE-2009-3</p> <p>Participare în echipa de implementare a proiectului <i>Universitate pentru viitor în societatea comunicării</i>, UBB în calitate de partener, Cod Proiect: POSDRU/89/1.5/S/64075 (2011-2013)</p> <p>Expert evaluator in proiectul Phare <i>Adaptarea activă a educației universitare la cerințele pieței muncii</i>, 2009.</p> <p>Expert formator in proiectul <i>Convergența pregătirii universitare cu viața activă – 4304</i>, POSDRU/7/2.1/S, 2009-2011.</p> <p>Expert in proiectul DOCIS, beneficiar ACPART 2009</p> <p>Coordonator regional în cadrul proiectului de practică pentru tinerii jurnaliști al <i>MedienCampus Bayern</i>, Germania (2003-2009)</p>	<p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p>
<b>I.23</b>	<b>Total punctaj I.23</b>	<b>9</b>