

CURRICULUM VITAE

INFORMAȚII PERSONALE

Prenumele și numele
Adresa (birou)
Telefon / Fax
E-mail
Anul nașterii

IOANA RALUCA IANCU

EXPERIENȚĂ PROFESIONALĂ

Data
Loc de muncă

Profesia
Ocupația

Activitatea principală

Data
Loc de muncă

Ocupația
Activitatea principală

Data
Loc de muncă
Ocupația
Activitatea principală

2008 – prezent

Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate
Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca
Absolvent de Științe Politice
2017- prezent – Conferențiar universitar
2013-2017 - Lector universitar
2008-2013 - Asistent universitar
Activități didactice și de cercetare

August 2007 – Mai 2008

Biroul de Informare pentru Investitori, Direcția Comunicare, Relații Publice și
Turism, Primăria Cluj-Napoca
Inspector de specialitate
Activități de cercetare și informare

Septembrie 2005 – Septembrie 2006

Centrul pentru Politici Publice (CENPO), Cluj-Napoca
Asistent de cercetare
Activități de cercetare

EDUCAȚIE

Anul
Numele și tipul
organizației
Titlul obținut
Specializarea

Titlul tezei

Anul
Numele și tipul
organizației
Titlul obținut
Specializarea
Titlul tezei

2016

Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, Facultatea de Științe Politice,
Administrative și ale Comunicării

Doctor Abilitat

Domeniul Științelor Comunicării, Școala Doctorală de Comunicare, Relații
Publice și Publicitate
From Rationality to Emotions in Media and Advertising Communication

2007 – 2010

Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, Facultatea de Sociologie și
Asistență Socială

Doctor

Sociologie
*Fezabilitatea introducerii votului pe internet în România. Studiu de caz: Cluj-
Napoca*

Anul	2006-2007
Numele si tipul organizației	Central European University (CEU), Budapest, Hungary
Titlul obținut	Master in Political Science
Specializarea	Master of Arts in Political Science
Anul	2005-2006
Numele si tipul organizației	Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
Titlul obținut	Absolvent Masterat în Publicitate
Specializarea	Publicitate
Anul	2005-2006
Numele si tipul organizației	Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
Titlul obținut	Absolvent Masterat Managementul Organizațiilor Politice
Specializarea	Managementul Organizațiilor Politice
Anul	2001-2005
Numele si tipul organizației	Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
Titlul obținut	Absolvent de Științe Politice
Specializarea	Științe Politice

ACTIVITATE DIDACTICĂ

Experiență profesională

CURSURI	SEMINARE	PROGRAM DE STUDIU	ANUL
Consumatorul și comportamentul de consum	Consumatorul și comportamentul de consum	Publicitate	III
Strategii de publicitate	Strategii de publicitate	Comunicare și Relații Publice	II
Proiecte publicitate	Proiecte publicitate	Publicitate	II
Research Methods in PR and Advertising	Research Methods in PR and Advertising	Master of PR and Advertising (ENG)	Master I
Creative thinking in PR and advertising	Creative thinking in PR and advertising	Master of PR and Advertising (ENG)	Master II
Planificare și cercetare în publicitate	Planificare și cercetare în publicitate	Master Publicitate	Master I
Creativitatea în publicitate	Creativitatea în publicitate	Master Publicitate	Master II

ACTIVITATE ȘTIINȚIFICĂ

Teme de interes	- Utilizarea noilor tehnologii în domeniul comunicării - Percepția persoanelor în vârstă asupra noilor tehnologii - Utilizarea tehnologiei pentru stimularea creativității
Premii științifice acordate pentru lucrări	2020: Planul Național PN-III-P1-1.1-PRECISI-2020-41292, Premiarea rezultatelor cercetării: Ioana Iancu, Bogdan Iancu (2020). Designing Mobile Technology for Elderly. A Theoretical Overview. <i>Technological Forecasting and Social Change</i>, 155. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119977 (impact factor 5,846) 2014: Premiul internațional al <i>Journal for the Study of Religion and Ideologies</i> (WoS), 26 noiembrie 2014. 2009: Planul Național PN II (2007-2013), Resurse Umane, Premiarea rezultatelor cercetării: Ioana Iancu, Delia Cristina Balaban (2009) Romanian Media Coverage on Bioethics. The Issue of Stem Cells, <i>Journal for the Study of Religions and Ideologies</i>, 8(22), 24-37 (WoS). Cod CNCISIS 141. 2009: Planul Național PN II (2007-2013), Resurse Umane, Premiarea rezultatelor cercetării: Delia Cristina Balaban, Ioana Iancu (2009). The Role of PR in Public Sector. Case Study on PR Professionalization at the Local Level in Romania, <i>Transylvanian Review of Administrative Sciences</i>, 27E, 22-38 (WoS). Cod CNCISIS 1772.
Granturi de cercetare	2023: Grant de susținere a competitivității, Programe de susținere a cercetării-competitivității-excelenței, Universitatea Babeș-Bolyai. Număr grant: AGC34535/14.09.2023. Publicație Q2 (zona galbenă): Ioana Iancu, Bogdan Iancu (2023). Interacting with chatbots later in life. A technology acceptance perspective in COVID-19 pandemic situation. <i>Frontiers in Psychology - Human-Media Interaction</i>, 13(1111003). http://doi.org.10.3389/fpsyg.2022.1111003 (impact factor 4,232) 2020-2021: Grant de susținere a competitivității, Programe de susținere a cercetării-competitivității-excelenței, Universitatea Babeș-Bolyai. Număr grant: AGC33289/03.09.2020. Publicație Q1 (zona roșie): Ioana Iancu, Bogdan Iancu (2020). Designing Mobile Technology for Elderly. A Theoretical Overview. <i>Technological Forecasting and Social Change</i>, 155. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119977 (impact factor 5,846) 2018-2019: Grant de susținere a competitivității, Programe de susținere a cercetării-competitivității-excelenței, Universitatea Babeș-Bolyai. Număr grant: AGD33967/18.09.2018. 2014-2015: Analist piața muncii: Proiect POSDRU - Dezvoltarea spiritului antreprenorial si competente profesionale sporite pentru studenții din Regiunea Nord-Vest, ID: 136845.

	2013-2014: Director de proiect: Granturi pentru Tineri Cercetători, Competiție internă Universitatea Babeș-Bolyai, Titlul proiectului: „Impactul publicității inteligente. O analiză de neuromarketing”, Număr grant GTC_34023/2013.
Burse	2006-2007: Bursă de studiu George Soros, Master of Arts in Political Science, Central European University (CEU), Budapest, Hungary.
Programe Erasmus+	30 Aprilie 2024 – 5 Mai 2024: Teaching Mobility to University of Zaragoza, Spain
Premii	2021: Premiul anual de excelență în cercetarea științifică, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca. 2021: Premiul Excellentia, Premiu acordat de către Consiliul Studenților Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca. 2017: Premiul anual de excelență didactică, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.
Membru în colective editoriale	2017-prezent: Editor in chief <i>Journal of Media Research</i> (ERIH+, Ebsco, Proquest și CEEOL). 2016: Editor <i>Digital Entrepreneurship and Global Innovation</i> , IGI Global, USA. 2014-prezent: Editor <i>International Students' Conference on Communication</i> , Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca
Referent științific	2018, 2019: Computers in Human Behavior Journal 2022, 2024: Technological Forecasting and Social Change 2020, 2022: Romanian Journal of Communication and Public Relations
Membru în centre de cercetare	2018-prezent: Membru fondator și coordonator științific pe cercetare, Centrul de cercetare în comunicare și inovare socială (Communication and Social Innovation Research Center - CoRe), Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.
Membru în asociații de specialitate	2022: European Communication Research and Education Association (ECREA) 2021: International Communication Association (ICA)
Coordonare studenți pentru Burse speciale pentru activitatea științifică	2021-2022: Miruna Crăiuț, Analiza impactului stereotipurilor de gen asociate asistenților virtuali. 2021-2022: Georgiana Tamba, Analiza percepției utilizării comunicării digitale sub formă de mesaje text asupra stimei de sine, singurătății, anxietății și stării de bine. 2018-2019: Ștefana Palade, Utilizarea fotografiei etnografice în strategia de promovare a României ca brand.

Participare la activități academice organizate pentru elevi/studenți	15 aprilie 2024: Cum să publici un articol științific. Eveniment organizat în cadrul cursului de Event Management, coordonat de Paul Fărcaș.
	6 martie 2019: Prelegere pentru Boboc pentru o zi (eveniment organizat pentru copiii din sistemul de protecție socială).
	4-5 martie 2017: FSPAC Speak Up. Prelegere: Inteligența emoțională. Sau cum să faci emoțiile inteligente.
Coordonare teze de doctorat	2017-2021: Lavinia Voicu (Tar). <i>Gamification Applied to User Interface. A Tool for Increasing Consumer Engagement.</i>
	2018-2023: Adrian Chețan. <i>Visual promotion in the music industry. Examining the influence of visual branding and brand communication on music perception.</i>
	2016-2023: Ligia Andrei. <i>Comunicarea vizuală și sustenabilitatea în procesul decizional. Analiza percepției asupra design-ului de ambalaj ca element de comunicare strategică</i>
	2019-2023: Patricia Blaga (Ibram). <i>Using Virtual Reality to Stimulate Creativity. A Case Study on Communication Specialists.</i>
	2020-2023: Mihai Chirică. <i>Publicitatea prin intermediul celebrităților digitale. Utilizarea platformelor Instagram și TikTok dintr-o perspectivă comparativă.</i>
	2018-prezent: Lorena Pastor. <i>Rolul poveștilor în campaniile de stimulare a comportamentelor sustenabile.</i>
	2020-prezent: Iulia Georgescu. <i>Deliberative communication. A way to stimulate pro-social behavior.</i>
	2022-prezent: Miruna Crăiuț. <i>Gender stereotypes assigned to artificial intelligence.</i>
Implicare în societate	2023-prezent: Bogdan Urziceanu. <i>Utilizarea creativității în procesele de comunicare intrapersonală și impactul acesteia asupra abilităților de comunicare interpersonală.</i>
	27 Martie 2024 - Universitatea vârstei a treia, Curs <i>Comportamentul consumatorului. Cum suntem influențați în luarea deciziilor?</i> Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.
	2022 – 19-22 Octombrie: Ioana Iancu . Understanding aging adults' perception on chatbots. A technology acceptance approach. Rethink Impact – ECREA 9 th European Communication Conference, Aarhus, Denmark.
Conferințe și workshop-uri relevante	2022 – 19-22 Octombrie: Patricia Blaga, Ioana Iancu . The use of VR in stimulating creativity. An experimental approach in the communication domain. Rethink Impact – ECREA 9 th European Communication Conference, Aarhus,

Denmark.

2022 – 19-22 Octombrie: Anișoara Pavelea, Lorina Culic, **Ioana Iancu**. Let's talk about love. Intergenerational communication between grandparents and grandchildren on romantic issues. Rethink Impact – ECREA 9th European Communication Conference, Aarhus, Denmark.

2021 – 20-21 Mai: Patricia Blaga, **Ioana Iancu**. Applications of Virtual Reality in Communication. A Top-Journal Systematic Literature Review. The Regional Conference - 30 years of higher education in journalism and communication in Eastern Europe after 1989: From conquering the freedom of expression to embracing digital communication, Faculty of Journalism and Communication Studies, University of Bucharest.

2021 – 20-21 Mai: Adrian Chețan, **Ioana Iancu**. Talking to Specialists. An Analysis on Brand Communication in Music Industry. The Regional Conference - 30 years of higher education in journalism and communication in Eastern Europe after 1989: From conquering the freedom of expression to embracing digital communication, Faculty of Journalism and Communication Studies, University of Bucharest.

2019 – 24-25 Octombrie: Patricia Blaga, **Ioana Iancu**. The Perception on Virtual Reality as an E-Government Perspective. Applying Technology Acceptance Model and PAD Affective Model. Transylvanian International Conference on Public Administration. Babes-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2019 – 20-21 Septembrie: Delia Balaban, Lorina Culic, **Ioana Iancu**, Anișoara Pavelea. Why do young people follow influencers on Instagram? A comparative perspective Romania-Germany. PR Trend. It's about Platforms. Babes-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2018 – 16-17 Noiembrie: **Ioana Iancu**. Designing Technology for Elders. A Case Study on the Romanian Context. Transylvanian International Conference in Public Administration. Babes-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2018 – 17-19 Mai: Anișoara Pavelea, Lorina Culic, **Ioana Iancu**. The bridge between volunteering, narcissism and well-being in emerging adults. Self and Identity in Emerging Adulthood. Society for the Study of Emerging Adulthood Thematic Conference (SSEA). Babes-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2018 – 26-27 Februarie: Anișoara Pavelea, Lorina Culic, **Ioana Iancu**. Exploring links between narcissism, volunteering and well-being among emerging adults. PR Trend. Strategic Communication, Babes-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2016 – 24-25 Octombrie: **Ioana Iancu**. The Process of Advertising Technology to Elderly. PR Trend. Communication in a Changing Society. Babes-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2015 – 26-27 Martie: Lorina Culic, **Ioana Iancu**, Anișoara Pavelea, Why Should I Join a Students' Club? The Motivation Behind Participating in Students' Clubs. Professional Communication and Translation Studies International Conference, 9th Edition, Language and Communication in Digital Era, Politehnica University of Timisoara, Department of Communication and Foreign Languages.

2014 – 3-9 Septembrie: **Ioana Iancu**, Intelligent Advertising. An Augmented Reality Perspective. International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts, Albena, Bulgaria.

2013 – 5-6 Decembrie: Anișoara Pavelea, Lorina Culic, Flavia Topan, **Iancu Ioana**, Roșia Montană Proteste. An Empirical Perspective. The International Scientific Conference. Literature, Discourse and Multicultural Dialogue, 1st Edition, The ALPHA Institute for Multicultural Studies, Târgu Mureș, Romania,

2013 – 23-26 Octombrie: Anișoara Pavelea, Lorina Culic, Flavia Topan, **Iancu Ioana**, Media Coverage of the Roșia Montana Protests. International Conference on Media Convergence, Department of Journalism, Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2012 – 19-21 Noiembrie: **Ioana Iancu**, Bogdan Iancu, Future Internet: Challenges and Opportunities in Advertising. PR Trend. New Media: Challenges and Perspectives, Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2010 – 25-27 Iunie: **Ioana Iancu**, Internet Voting. A Mechanism to Increase Electoral Participation. Networking Democracy? New Media Innovations in Participatory Politics, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2009 – 27-29 Martie: Delia Cristina Balaban, **Ioana Iancu**, The Role of PR in the Public Sector. Case Study on Professionalization of PR at the local level in Romania. PR Trend. Teorie și practică în relațiile publice și publicitate, Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2009 – 9-12 Februarie: Workshop-ul doctoranzilor, Institut Fur Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Ludwig - Maximilians Universitat, Munchen, Germania.

2007 – 25-27 Mai: **Ioana Iancu**, *A Game Theoretical Perspective on Heating Systems. The Case of Romania*. Third CEU Graduate Conference in Social Sciences, "Challenges for CEE States in Enlarging EU and Globalizing World", Central European University, Budapest, Hungary.

2005 – 9-10 Mai: **Ioana Iancu**, Cetățenia europeană și proiectul federal . Conferința Ziua Europei: Sesiunea de Comunicări Științifice "Jean Monnet", Drept Instituțional și Politici Comunitare, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Catedra de Științe Politice, Institutul de Drept și Politici Comunitare, Cluj-Napoca.

Conferințe organizate

2004 - 9-11 Decembrie: Conferința “Zilele Studentului Sociolog”, cu lucrarea “Acțiune colectivă în rândul liceenilor”, CLUSTER - Asociația Studenților Sociologi și Facultatea de Sociologie și Asistență Socială; Cluj-Napoca.

2004 – Martie: Trainingul “Administrație publică și planificare strategică”, Traineri: Dacian Dragoș și Sorin Radu, Băișoara, Cluj-Napoca.

2002 - Cursul de pregătire “Resurse umane și relații publice”, Societatea Studențească de Științe Politice în colaborare cu Consiliul Studenților, Trainer: Sorana Olaru, Cluj-Napoca.

2023 – 17-18 Mai: International Students’ Conference on Communication. *Communication and Digital Deliberation*. Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences. Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2022 – 17-19 Mai: International Students’ Conference on Communication. *Resilience and Communication*. Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences. Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2021 – 19 Mai: International Students’ Conference on Communication. *Rethinking Communication and Interaction. Challenges and Opportunities in Times of Crisis*. Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences. Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2020 – 28-29 Mai: International Students’ Conference on Communication. *Effective Communication in Sustainable Societies*. Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences. Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2019 – 14-15 Mai: International Students’ Conference on Communication. *Strategic Communication in a Digitalized World*. Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences. Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2018 – 26-27 April: International Students’ Conference on Communication. *Communication Challenges in the Eve of the 4.0 Industrial Revolution*. Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2017 – 7-8 Aprilie: International Students’ Conference on Communication. Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2016 – 24-25 Octombrie: PR Trend. Communication in a Changing Society. Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2016 - 19-20 Mai: International Students’ Conference on Communication, Advertising and Public Relations in the Smart Era, Faculty of Political,

**COMPETENȚE
PROFESIONALE**

Limba maternă

Limbi străine cunoscute

Engleză

Franceză

Spaniolă

**COMPETENȚE ȘI
APTITUDINI DE
UTILIZARE A
CALCULATORULUI**

**PERMIS DE
CONDUCERE**

Administrative and Communication Sciences, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2015 – 22-23 Mai: International Students' Conference on Communication, Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2014 – 7-8 Mai: International Students' Conference on Communication, Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

2013 – 24-25 Mai: Conferința Națională Studentească de Comunicare, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, România.

2012 – 19-21 Noiembrie: PR Trend. New Media: Challenges and Perspectives, Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

Română

Înțelegere				Vorbire				Scriere	
Ascultare		Citire		Participare la conversație		Discurs oral		Exprimare scrisă	
C2	Utilizator experimentat	C2	Utilizator experimentat	C2	Utilizator experimentat	C2	Utilizator experimentat	C2	Utilizator experimentat
B2	Utilizator independent	B2	Utilizator independent	B2	Utilizator independent	B2	Utilizator independent	B2	Utilizator independent
A2	Utilizator elementar	A2	Utilizator elementar	A2	Utilizator elementar	A2	Utilizator elementar	A2	Utilizator elementar

- SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)
- Atlas.ti (computer-assisted qualitative data analysis software)
- Atestat în informatică, acreditare profesională – analist programator: Microsoft Word, Excel, Power Point Presentation, Borland Pascal 7.0, Fox Pro.

Categoria B

PUBLICAȚII

Articole ISI

Adrian Chețan, **Ioana Iancu** (2023). The role of visual identity in music perception. A talk with specialists on song likability, perceived quality, and emotional reactions. *KOME – An International Journal of Pure Communication Inquiry*. <http://doi.org.10.17646/KOME.75672.94>

Ioana Iancu, Bogdan Iancu (2023). Interacting with chatbots later in life. A technology acceptance perspective in COVID-19 pandemic situation. *Frontiers in Psychology - Human-Media Interaction*, 13(1111003). <http://doi.org.10.3389/fpsyg.2022.1111003> (Impact factor 4,232)

Delia Balaban, **Ioana Iancu**, Maria Mustăța, Anișoara Pavelea, Lorina Culic (2020). What Determines Young People to Follow Influencers? The Role of Perceived Information Quality and Trustworthiness on Users' Following Intentions. *Romanian Journal of Communication and Public Relation*, 22(3), 5-19.

Ioana Iancu, Bogdan Iancu (2020). Designing Mobile Technology for Elderly. A Theoretical Overview. *Technological Forecasting and Social Change*, 155. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119977> (Impact factor 5,846).

Ioana Iancu, Bogdan Iancu (2017). Recall and Recognition on Minimalism. A Replication of the Case Study on the Apple Logo. *KOME – An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 5(2), 57-70. <http://doi.org/10.17646/KOME.2017.24>

Ioana Iancu, Bogdan Iancu (2017). Elderly in the Digital Era. Theoretical Perspectives on Assistive Technologies. *Technologies*, 5(3), 60. <http://doi.org/10.3390/technologies5030060>

Delia Cristina Balaban, Mirela Abrudan, **Ioana Iancu**, Cosmin Irimies (2016). Online Communication and PR in Romanian Public Administration. The Case Study of Public Administration from Transylvania. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 47, 20-34 (Impact factor 0,456).

Ioana Iancu, Delia Cristina Balaban (2013). Religious Influences in Inaugural Speeches of US Presidents. *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 12(34), 101-125.

Ioana Iancu, Delia Cristina Balaban (2009). Religion and Political Communication during Elections in Romania. *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 8(24), 151-167.

Delia Cristina Balaban, **Ioana Iancu** (2009). The Role of PR in Public Sector. Case Study on PR Professionalization at the Local Level in Romania. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 27, 22-38 (Impact factor 0,212).

	Ioana Iancu, Delia Cristina Balaban (2009). Romanian Media Coverage on Bioethics. The Issue of Stem Cells. <i>Journal for the Study of Religions and Ideologies</i>, 8(22), 24-37.
Articole ISI Proceedings	Anișoara Pavelea, Lorina Culic, Ioana Iancu (2019). Exploring Links Between Narcissism, Volunteering and Well-Being Among Emerging Adults. In Ioana Iancu, Delia Cristina Balaban, Ioan Hosu. <i>Communication. Strategic Perspectives</i>. Accent. ISBN:978-606-561-198-6. Georgiana Lavinia Voicu, Ioana Iancu (2019). Gamification Applied to User Interfaces. A Theoretical Perspective. In Ioana Iancu, Delia Cristina Balaban, Ioan Hosu. <i>Communication. Strategic Perspectives</i>. Accent. ISBN:978-606-561-198-6. Sonia Ichim, Ioana Iancu (2019). Persuasive Advertising. A theoretical approach. In Ioana Iancu, Delia Cristina Balaban, Ioan Hosu. <i>Communication. Strategic Perspectives</i>. Accent. ISBN:978-606-561-198-6). Ioana Iancu (2014). Intelligent Advertising. An Augmented Reality Perspective. SGEM Conference on Psychology & Psychiatry, Sociology & Healthcare Education, Conference Proceeding, Vol. II, Sociology and Healthcare (International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts, Albena, Bulgaria, 3-9 September, 2014), ISBN 978-619-7105-23-0/ ISSN 2367-5659. http://doi.org/10.5593/sgemsocial2014/B12/S2.057, 447-455. Anișoara Pavelea, Lorina Culic, Flavia Topan, Iancu Ioana (2013). Roșia Montană Protest. An Empirical Perspective. In Iulian Boldea (Coord.), <i>Studies on Literature, Discourse and Multicultural Dialogue, Section: Communication and Public Relations</i>, Ed. Arhipelag XXI, 2013 (The International Scientific Conference. Literature, Discourse and Multicultural Dialogue, 1st Edition, The ALPHA Institute for Multicultural Studies, Târgu Mureș, Romania, 5-6 December 2013), ISBN 978-606-93590-3-7: 228-238.
Articole ERIH+	Ioana Iancu & Bogdan Iancu (2024). Perceptions on AI creativity in the pre-generative AI era. Insights from computer scientists and artists. <i>Styles of Communication</i>, 16(1). https://doi.org/10.31178/SC.16.1.03 Miruna Craiut & Ioana Iancu (2023). The Impact of Gender Stereotypes on Technology Perception. An Experimental Approach on Virtual Assistants. <i>Journal of Media Research</i>, 16(3). Veronica Campian, Ioana Iancu (2023). Framing Gender in Romanian Presidential Elections. A Comparison Between Quality and Tabloid Media. <i>Information & Media</i>, 96, 95-118. http://doi.org/10.15388/Im.2023.96.68 Georgiana Tamba, Ioana Iancu (2023). Emerging Adults and the Use of Textual Digital Communication. A Reflection on Self-Esteem, Loneliness, Anxiety, and Wellbeing. <i>Research in Social Sciences and Technology</i>, 8(1). https://doi.org/10.46303/ressat.2023.3

**Articole indexate în
alte baze de date
internationale (BDI)**

- Miruna Craiut, **Ioana Iancu** (2022). Is technology gender neutral? A systematic literature review on gender stereotypes attached to artificial intelligence. *Human Technology*, 18(3), 297-315. <https://doi.org/10.14254/1795-6889.2022.18-3.6>
- Fabia Bera, Mălina Berar, Oana Grivasa, **Ioana Iancu** (2022). Health Halo Effect and Mandela Effect. An Experimental Approach on Packaging Nutrient Claims. *Styles of Communication*, 14(2). <https://doi.org/10.31178/SC.14.2.02>
- Adrian Chețan, **Ioana Iancu** (2021). The Influence of Brand Specific Stimuli on the Perception of Music. An Experimental Approach. *Journal of Media Research*, 14(3).
- Patricia Blaga (Ibram), **Ioana Iancu** (2021). Applications of Virtual Reality in Communication. A Top-Journals Theoretical Overview. *Styles of Communication*, 13(1).
- Ioana Iancu**, Bogdan Iancu (2020). I Love It, but It Is Too Complicated. Aging Adults' Perspective on Mobile Technology Acceptance. *Journal for Communication Studies*, 13(2), 13-39. 10.21409/essachess.1775-352x
- Adrian Chețan, **Ioana Iancu** (2020). Influencing Music Perception. A Theoretical Review on Visual Stimuli Applied in Branding and Communication. *Styles of Communication*, 12(1), 104-120.
- Ioana Iancu** (2016). The Perception of Young Adults on Intelligent Advertising. A Case Study on Romania. *Journal of Media Research*, 9(1)/(24), 39-59 (EBSCO, CEEOL, ProQuest).
- Maria Mustatea, **Ioana Iancu** (2014). Cultural Imperialism. Tool for the Dissolution of the Belongingness Feeling. *Journal of Media Research*, 7(1-2)/(18-19), 82-99 (EBSCO, CEEOL, ProQuest).
- Delia Cristina Balaban, **Ioana Iancu**, Meda Mucundorfeanu (2014). Framing Obama's Reelection. A Comparative Analysis of German, French and Romanian Media Coverage. *Romanian Journal of Communication and Public Relation*, 16(2)/(32), 75-105 (EBSCO, CEEOL, ProQuest, DOAJ, Index Copernicus, Cabell's, and Genamics Journal Seek.).
- Anișoara Pavelea, Lorina Culic, Flavia Topan, **Iancu Ioana** (2013). Media Coverage of the Roșia Montana Protests. *Studia Ephemerides Journal*, 58(LVIII): 39-67 (CEEOL, Ebsco, ProQuest).
- Sonia Schiau, Iuliana Plitea, Alexandra Gușiță, Sandra Pjekny, **Ioana Iancu** (2013). How Do Cartoons Teach Children? A Comparative Analysis on Pre-schoolers and Schoolchildren. *Journal of Media Research*, 6(3), 37-49 (EBSCO, CEEOL, ProQuest).

	Delia Cristina Balaban, Mirela Abrudan, Ioana Iancu, Ioana Lepădatu (2010). Role Perception of Romanian Journalists. A Comparative Study of Perception in Local versus National Media. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations</i>, 12(1)/(18), 9-25 (EBSCO, ProQuest, CEEOL, DOAJ, ERIH Plus etc.). Neacsiu Cristina, Delia Munteanu, Raluca Marcu, Ioana Iancu (2010). Product Placement in Romanian Movies Produced After 1989. <i>Journal of Media Research</i>, 3(8), 46-73 (EBSCO, CEEOL, ProQuest). Andra Hanta, Ioana Iancu (2010). Social Representation of Happiness. <i>Journal of Media Research</i>, 7, 12-38 (EBSCO, CEEOL, ProQuest). Delia Cristina Balaban, Ioana Iancu, Mihai Deac (2009). Media in Teenagers' Daily Life. Particularities of Young Persons' Media Use in German Language High Schools in Transylvania. <i>Philobiblon</i>, XIV, 406-422 (EBSCO, ProQuest, Scopus). Bindea Adela, Seserman Angela, Bara Mihaela, Ioana Iancu (2009). Tune Your Brand In. The Perfect Jingle Mix. <i>Journal of Media Research</i>, 5, 101-112 (EBSCO, CEEOL, ProQuest). Ioana Mureșan (Iancu) (2006). Trust in Political Institutions in Central and Eastern Europe. <i>The Romanian Journal of Political Science</i>, 6(1), 95-115 (EBSCO, CEEOL, IPSA etc.). Ioana Mureșan (Iancu) (2006). A Game Theoretical Perspective on Common Poll Resources. The Problem of Central Heating System in Romania. <i>STUDIA Universitatis Babeș-Bolyai – Political Science Magazine</i>, Presa Universitară Clujeană, LI, 1, 35-57 (ProQuest – IBSS, CEEOL).
Articole în conferințe internaționale	Lorina Culic, Ioana Iancu, Anișoara Pavelea (2016). Why Should I Join a Students' Club? The Motivation Behind Participating in Students' Clubs. <i>Professional Communication and Translation Studies</i>, 9. Ioana Mureșan (Iancu) (2007). Playing the Game of Heating Systems. The case of Romania, <i>CEU Political Science Journal</i>, 2(3), Central European University, Budapest, Hungary, 280-301 (EBSCO), Third CEU Graduate Conference in Social Sciences, "Challenges for CEE States in Enlarging EU and Globalizing World".
Cărți	Ioana Iancu (2016). Noi, consumatorii. Creierul și deciziile de cumpărare (<i>We, the consumers. The brain and the buying behaviors</i>). Editura Accent. ISBN: 978-606-561-161-0. Ioana Iancu (2016). Brandingul sensorial și creativitatea. Strategii eficiente de promovare în procesul decizional (<i>Sensory branding and creativity. Promotional efficient strategies within the decision-making process</i>). Editura Accent. ISBN: 978-606-561-162-7.

Cărți coordonate

Ioana Iancu (2013). *Votul pe internet în România. Analiză și perspective (Internet voting in Romania. Analysis and perspectives)*. U.T. Press. ISBN: 978-973-662-797-2.

Ioana Iancu, Lorina Culic, Anișoara Pavelea. (2022). *Rethinking Communication and Interaction. Challenges and Opportunities in Times of Crisis. Book of Abstracts*. Presa Universitară Clujeană. ISBN: 978-606-37-1451-1

Ioana Iancu, Delia Cristina Balaban, Ioan Hosu (2019). *Communication. Strategic Perspectives*. Accent. ISBN:978-606-561-198-6.

Lorina Culic, Maria Mustatea, **Ioana Iancu** (2018). *Social Puzzle – Communicational Viewpoints*, Vol. 2, Accent. ISBN general: 978-606-561-193-1; ISBN: 978-606-561-195-5.

Lorina Culic, **Ioana Iancu**, Anisoara Pavelea, Ada Tirlea, Maria Mustatea, Ioan Hosu (2017). *Advertising and Public Relations in the Smart Era*, Accent. ISBN 978-606-561-173-3.

Ioan Hosu, **Ioana Iancu** (Ed.) (2016). *Digital Entrepreneurship and Global Innovation*, IGI Global, USA. ISBN13: 9781522509530.

Hosu, Ioan, **Ioana Iancu**, Anisoara Pavelea, Lorina Culic (2016). *Communication in Digital Era*. Ed. Cluj-Napoca, Accent. ISBN 978-606-561-157-3.

Hosu, Ioan, **Ioana Iancu** (2015). *Empirical Perspectives on Communication*, Cluj-Napoca, Accent.

Hosu Ioan, **Iancu Ioana**, Pavelea Anisoara, Culic Iulia Lorina (2014). *Perspective empirice asupra comunicării*. Conferința Națională Studențească de Comunicare 2013, Cluj-Napoca, Accent.

Delia Cristina Balaban, **Ioana Iancu**, Radu Meza (coord.) (2009). *PR, Publicitate și New Media*, Tritonic. ISBN 978-973-733-374-2.

Capitole de cărți

Ioana Iancu, Patricia Blaga (2020). *The Perception on Virtual Reality as a E-Government Perspective. Applying Technology Acceptance Model and PAD Affective Model* (pp. 139-157). In C. Hinte, B. Radu, R. Suci, *Collaborative Governance, Trust Building and Community Development*, Conference Proceeding Transylvanian International Conference on Public Administration, October 24-26, 2019, Cluj-Napoca, Romania, Accent Publishing House.

Lavinia Tar, **Ioana Iancu** (2020). *Gamification Applied to User Interface. An Analysis of Social Networking Sites* (pp. 176-185). In D. Balaban. I. Hosu. A. Voina. *Communication. It's About Platforms*. PR Trend International Conference, September 20-21, 2019, Cluj-Napoca, Romania. Cluj-Napoca: Accent.

Ioana Iancu (2016). A Neuromarketing Perspective on Measuring Marketing Influence at the Unconsciousness Level. In Ioan Hosu and Ioana Iancu, *Digital Entrepreneurship and Global Innovation*, IGI Global, USA, 151-171. ISBN13: 9781522509530.

Ioana Iancu (2014). 42 terms, in Marian Petcu (coord.), *Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați* (DEC), Editura C.H. Beck, ISBN 978-606-18-0362-0.

Ioana Iancu, Bogdan Iancu (2013). Future Internet: Challenges and Opportunities in Advertising. In Delia Balaban, Ioan Hosu and Meda Mucundorfeanu (Ed.), *PR Trend. New Media Challenges and Perspectives*, Hochschulverlag Mittweida, Germany, 15-33. ISBN 978-3-9815142-2-3.

Balaban, Delia Cristina, Mirela Abrudan, **Ioana Iancu** (2012). Utilizarea instrumentelor de PR online în administrația publică. Exemplul unor instituții publice din Transilvania. In Mora, Cristina/ Antonie, Raluca (coord.), *Zilele cercetării: tendințe în cercetarea aplicată*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 22-39.

Mihaela Cornelia Frunza, **Ioana Iancu**, Sandu Frunza, Iulia Grad, Delia Balaban, Ovidiu Grad (2011). Media Analysis of Romanian Debates on Presumed Consent – Ethical and Legal Aspects, in W. Weimar, M. A. Bos, J.J.V. Busschbach (Ed.), *Organ Transplantation: Ethical, Legal and Psychosocial Aspects. Expanding the European Platform*, Pabst Science Publishers, Lengerich, Germany: 218-228, (ISBN 978-3-89967-639-6), based on the International Congress "Organ Transplantation: Ethical, Legal and Psychosocial Aspects. Expanding the European Platform" (Rotterdam, The Netherlands, April 2010).

Ioana Iancu (2010). Teoria alegerii raționale și teoria jocurilor, în Vasile Boari și Sergiu Gherghina (coord.), *Studii Politice*, 5, Centrul de Analiza Politică, Cluj-Napoca, Presa Universitară Clujeană, 317-358 (ISBN 978-973-595-166-5).

Ioana Iancu (2009). Internetul ca instrument politic, in Delia Cristina Balaban, Ioana Iancu, Radu Meza (coord.), *PR, Publicitate și New Media*, Editura Tritonic: 66-93. ISBN 978-973-733-374-2.

Ioana Mureșan (Iancu) (2008).Votul pe internet ca un mecanism de creștere a participării electorale. O perspectivă teoretică. In Vasile Boari, Sergiu Gherghina (coord.), *Studii Politice*, Vol.3, Centrul de Analiză Politică, Presa Universitară Clujeana, Cluj-Napoca, 307-346. ISBN 978-973-610-775-7.

Ioana Mureșan (Iancu) (2007). Percepție și impact. O perspectivă a genului asupra publicității televizate. In Elena Abrudan, Delia Balaban (coord.), *Jurnalism și Publicitate. De la idee la produsul media*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 69-93. ISBN 978-973-8915-50-3.

Capitole traduse

Ioana Mureșan (Iancu) (2006). Chapter 28 „Relațiile personale” (Hugh LaFollette), Peter Singer (Ed.), *Tratat de etică*, Editura Polirom, 358-364. ISBN 978-973-46-0243-8.

Recenzii	Ioana Iancu (2013). Book Review: Brandwashed. Tricks companies use to manipulate our minds and persuade us to buy. By Martin Lindstrom. (Kogan Page Limited, UK, 2012), <i>Journal of Media Research</i> , 6(3) (ERIH+, EBSCO, CEEOL, ProQuest).
Articole în reviste recunoscute CNCSIS	Ioana Iancu (2013). Facebook as a Way of Life. <i>Revista Transilvană de Științe ale Comunicării</i> , 9(1), 3-17.

Cluj-Napoca,

Conf. univ. dr. Ioana Iancu