

INFORMAȚII  
PERSONALE



**Buga – Moraru Elena – Mădălina**



✉ [madalina.moraru@fjsc.ro](mailto:madalina.moraru@fjsc.ro)

💬 [madalina.moraru4@skype.com](https://www.skype.com/people/madalina.moraru4)

**POZIȚIA** Universitatea din București  
Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării

Sexul feminin | **Data nașterii** 12/051976 | **Naționalitatea** română

EXPERIENȚA  
PROFESIONALĂ

16.02.2015-prezent	<p><b>Conferențiar universitar doctor</b></p> <p>Universitatea din București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării (FJSC), Departamentul de Antropologie Culturală și Comunicare,</p>
1.10.2011-15.02. 2015	<p><b>Lector universitar doctor</b></p> <p>Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării (FJSC), Universitatea București, Departamentul de Antropologie Culturală și Comunicare, Bd. Iuliu Maniu, nr. 1-3, Complex „Leu”, Corp A, etajul 6, sector 6, București.<a href="http://www.fjsc.unibuc.ro">www.fjsc.unibuc.ro</a>.</p>
Adresa	<p>Activitatea didactică (cursuri și seminarii predate de: <i>Introducere în publicitate, Structura și funcționarea agenției de publicitate, Clip publicitar, Storytelling in Advertising, Glocalization versus Adaptation in Communication campaigns, Fundamentals of Advertising</i>).</p> <p>Activitate de cercetare în domeniul naratologie publicitare, storytelling-ului, agenției de publicitate și glocalismului.</p> <p>Din 2012 colaborez la Facultatea de Comunicare și Relații Publice, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, Masteratul în Comunicare și Publicitate (cu predare în limba engleză), unde predau <i>Fundamentals of Advertising</i>, anul I, semestrul 1.</p> <p><b>Tipul sau sectorul de activitate</b> Învățământ universitar</p>
16.02.2009-1.10.2011	<p><b>Asistent Univesitar doctor</b></p> <p>Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării (FJSC), Universitatea București, Departamentul de Antropologie Culturală și Comunicare, Bd. Iuliu Maniu, nr. 1-3, Complex „Leu”, Corp A, etajul 6, sector 6, București.<a href="http://www.fjsc.unibuc.ro">www.fjsc.unibuc.ro</a>.</p> <p><b>Tipul sau sectorul de activitate</b> Învățământ universitar</p>
2005-2009	<p>cadru didactic asociat FJSC;</p> <p><b>Tipul sau sectorul de activitate</b> Învățământ universitar</p>

- 2000-2009 profesor lb română Liceul Teoretic „Grigore Moisil”  
Bd. Timisoara, nr. 33, Bucuresti
- 1997-1998 **Tipul sau sectorul de activitate** Învățământ preuniversitar  
1998 Cotidianul Cronica română - jurnalist la redacția socială și culturală  
1997-1998-colaborator Editura Anastasia.  
**Tipul sau sectorul de activitate** Jurnalism
- 1995 - 2000  
învățător titular - Școala Generală Nr. 74 București;  
**Tipul sau sectorul de activitate** Invatamant primar

## EDUCAȚIE ȘI FORMARE

- 13.10.2017-9.03.2018 Scoala IAA-Modulul digital
- 28.08.2013-30.08. 2013 *EACA International Summer School for Academics, Werbe* Akademie Viena, organizată de EACA si EDCOM
- 1.10.2010-31.03.2013 program postdoctoral POSDRU/89/1.5/S/62259.
- 1.02.2012-30.04.2012 visiting professor la Staffordshire University, Faculty of Arts, Media and Design UK.
- 1.07.2012-31.08.2012 visiting professor la Buckinghamshire New University, Faculty of Design, Media and Management, UK;
- 2005-2008 doctorand – Școala Doctorală de Științele Comunicării, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea din București.  
Tema lucrării: *Dimensiunea mitică a discursului publicitar*, coordonator prof. Dr. Mihai Coman, susținută la data 23.01.2009.  
**Calificarea obținută: doctor în științele comunicării**
- 
- 2004-2006 Master – Relații Publice și Publicitate - Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării – UB ;  
Tema disertației: *Imaginea feminității în revistele românești (cercetare asupra printurilor publicitare)*  
**Calificarea obținută: masterand în relații publice și publicitate**
- 2002-2004 Master – Comunicare și Relații Publice – SNSPA ;  
Tema disertației: *Aspecte ale sacralui. Tradiție și actualitate*  
**Calificarea obținută: masterand în comunicare și relații publice**
- 
- 2000-2002 Master – Studii Umaniste Interdisciplinare în lb. germană - Facultatea de Filosofie-UB ;  
Tema disertației: *Der expressionistische Film*  
**Calificarea obținută: masterand în filosofie și în studii interdisciplinare în limba germană**

Teologie Ortodoxă – Litere – lb.română

Lucrare de diplomă: *Romanul realist al lui Ion Agârbiceanu*

Calificarea obținută: licențiat în teologie și filologie, limba română

1990 – 1995

Liceul Pedagogic, secția intensiv lb. germană ;

Calificarea obținută: învățător

Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite

filosofie, comunicare, relații publice, publicitate, argumentare și retorică - la master și doctorat

Organizația de educație și formare

1. Universitatea București, Facultatea de Teologie Ortodoxă - secția de filologie
2. Facultatea de Filozofie - secția de Studii Interdisciplinare în limba germană
3. Școala Națională de Studii Politice și Administrative (S.N.S.P.A.) - Comunicare și Relații Publice
4. Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării - Master Campanii de Relații Publice și Publicitate.

Limba maternă

Română

Alte limbi străine cunoscute

	INTELEGERE		VORBIRE		SCRIERE
	Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	
Germană	C1	C2	C1	C2	C2
Masterat în limba germană și Zertifikat Deutsch					
Engleză	C2	C2	C2	C1	C1I

Competențe de comunicare

bune competențe de comunicare dobândite prin experiența didactică prin participare la proiecte, moderări de paneluri, participări la workshopuri, interviuri acordate pe tema publicității în radio.

9-11 martie 2009 –participare la Workshop cu jurnaliștii, pe tema Urbanizare treptată/ Consumul mass-media în satul românesc –întâlnirea face parte din programul proiectului Modele ale consumului mass –media în lumea rurală românească: identități tradiționale, identități europene.- prezentare analiza calitativă *Profilul ascultătorului de radio-emisiuni de pe postul Antena Satelor-*

### Competențe organizaționale/manageriale

- 1.coordonatoarea anului III Publicitate a Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea din București ;
- 2.coordonatoarea echipelor AdVenture în concursul internațional de publicitate Edcom (European Institute for Commercial Communication Education);
- 3.Organizarea întâlnirii anuale de toamnă a membrilor Edcom, a conducerii, inclusiv a președintelui EACA Dominic Lyle și a Comitetului de cercetare la București în octombrie 2011, la Rectoratul Universității din București.
4. Moderatorul Panelului *Multiculturalism, Globalization. And Specificity in the Mass Media* de la conferința VI "International Conference Life without Media" desfășurată la data de 30.06-1.07.2011;
- 5.Moderatorul panelului *Communication and Promotion of Local Community Content* la conferința internațională "Breaking the Media Values Chain", Barcelona, desfășurată între 12-13 iunie 2013;
- 6.Moderatorul unui panel la conferința "6<sup>th</sup> Global Conference-Storytelling: Global Reflections on Narrative", Lisabona, Portugalia;
7. organizarea unui workshop de creație în iunie 2014, în perioada de practică, cu susținerea unei prezentări de către directorul de creație de la agența NextAdvertising, Liviu David.
- 8.director al Proiectului de mobilitate PN-III-P1-1.1-MC-2018-2756, finanțat de UEFISCDI pentru aplicare la conferința ENTRENOVA, Split –Croatia 6-8.09.2018. –aplicare în iulie-finalizare octombrie 2018.
9. prodecan cu Cercetarea și Activitatea Didactică în intervalul 15 noiembrie 2018-6 ianuarie 2019 la FJSC.

### Competențe dobândite la locul de muncă

- 1.Participare la proiecte naționale și internaționale.
- 2.Participări la evenimente publice și susținere de discursuri;
3. Speaker al conferinței "How experiential marketing is creating challenges for commercial Communications" desfășurată la High Wycombe, Bucks University,UK în intervalul 23-24 mai 2012. Lucrarea prezentată se numește: *Strategies of drinking beer from a traditional marketing to an experiential one-Bergenbier case study.*
4. Participare la Festivalul „Școala de nune mari” 5-7 iunie 2014, organizat de Universitatea din București cu ocazia aniversării a 150 de ani de la înființarea instituției. Panelul la care am participat s-a numit *Comunicarea și provocările internetului.*

### Competențe informatice

ECDL – 7 module

Septembrie 2008 colaborare la elaborarea unui *Manual de utilizare Office 2007 în școli - pentru uz școlar*, susținut de Microsoft România, în Liceul Teoretic „Grigore Moisil”, cu aplicația *Textul narativ în limba română.*

### Permis de conducere

B, din anul 2000

### Publicații

**vezi lista de lucrări**, relevante sunt articolele ISI (unul cu factor de impact, unul fără, unul Proceedings) 18 articole BDI, capitolele publicate la nivel internațional și cărțile

## INFORMATII SUPLIMENTARE

### Articole ISI

1. "Tradition and Dogma in Romanian Advertising" (**Moraru, Mădălina**), *European Journal of Science and Theology*, December 2012, 8, (4,) pp. 171-181, ISSN 1841-0464; Revista este indexată ISI în categoriile Arts & Humanities Citation Index, Science Citation Index Expanded până în 2014, **factor de impact** pe 2012-0,389. Factorul de impact a fost preluat din Journal Citation Reports 2012. **Accession Number:** WOS:000312968400016 (baza Web of science).
2. Reshaping American Identity through Advertising Standardization vs. Localization" (**Mădălina Moraru**), *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 2013, nr. 12 (35), pp. 39-62, ISSN-1583-0039. Indexată ISI (ISI Web of Science, Arts & Humanities Citation Index). Fără factor de impact. **Accession Number:** WOS:000320848500002.
3. "Appealing to Romanian Consumers during Christmas Campaigns by Means of Religious and Traditional Aspects" (**Mădălina Moraru**), 28 June 2013, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, vol. 81, pp. 490–494; ISSN: 1877-0428; Indexată Elsevier, Science Direct și **ISI Web of Science Proceedings**;

### Cărți

1. *Mit și publicitate* (Mădălina Moraru), 2009. București: Editura Nemira, ISBN 978-606-8073-89-7. Editura categoria A2.
2. *Poveștile publicitare. De la inspirație la strategie.* (**Mădălina Moraru**), 2015, București: Editura Tritonic, ISBN 978-606-749-012-1; Editură categoria A2.

### Capitole de cărți

1. „Local Identity vs. European Identity in Romanian Advertising” (**Mădălina Moraru**), în *Identity and Intercultural Communication*, edited by Nicoleta Corbu, Dana Popescu-Jourdy and Tudor Vlad, Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing (2014), pp. 175-199. ISBN (10): 1-4438-6397-1, ISBN (13): 978-1-4438-6397-1.
2. „Advertising Higher Education in Romania” (**Anca Cristina Micu**- Sacred Heart University, USA și **Mădălina Moraru**-University of Bucharest), *Advertising Education around the World*, ed. de Jef. I. Richards and Billy I. Ross, ed. de American Academy of Advertising (2014), 1st edition, pp. 249-270, ISBN-10:0931030447; ISBN-13: 978-0931030444.
3. „Advertising Campaign Storytelling for Different Product Categories. A Comparative Study of Local and Global Brands” (**Mădălina Moraru**), în *Mapping Heterogeneity: Qualitative Research*, coord. Loredana Ivan, Corina Baba-Buzoianu, Brenden Grey, București: Editura Tritonic (2014), pp. 567-597. ISBN: 978-606-8571-51-5; Editura categoria A2.
4. 2015- “The 2013 Audio-Visual legislation-a Genuine Limitation or a Challenge in the Evolution of Romanian Advertising” in Balaban Delia, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda (Eds), PR trends, developments and trends in communication, Mittweida;, pp. 99-119; ISBN: 978-3-9815142-5-4;

- <http://www.fishpond.com.au/Books/Media-Process-Professor-Sai-Felicia-Krishna-Hensel-Edited-by/9781472470959>;
- 2016-“Local Identity on Facebook Platform: a Way of Promoting a EuropeanRetailer on the Romanian Market.” în volumul ed. Camelia Cmeciu, e-Communicating of Europe, Ed. Universității din București, ISBN 978-606-16-0787-7, pp. 175-207;
  - 2016-“Archetypes and Myths: The Hidden Power of Advertising Storytelling” publicat in e-book Not Ever Absent: Storytelling in Art, Culture and Identity Formation, Inter-Disciplinary Press ISBN 978-1-84888-337-6  
<http://www.interdisciplinarypress.net/product/not-ever-absent-storytelling-in-arts-culture-and-identity-formation/>
  - 2017-Capitolul “Romanian Advertising during the Transition Period- Recovering National Brands” în vol editat de Sai Felicia Krishna-Hensel, Director Media in Process Transformation and the Democratic Transition , Interdisciplinary Global Studies Initiative, Auburn Montgomery, USA: Routledge, ISBN: 1472470958  
[https://www.amazon.com/Media-Process-Transformation-Democratic-Interdisciplinary/dp/1472470958/ref=sr\\_1\\_1?s=books&ie=UTF8&qid=1477087941&sr=11&keywords=Media+in+Process+Transformation+and+the+Democratic+Transition](https://www.amazon.com/Media-Process-Transformation-Democratic-Interdisciplinary/dp/1472470958/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1477087941&sr=11&keywords=Media+in+Process+Transformation+and+the+Democratic+Transition)

#### Termeni de dicționar

*Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați (Mădălina Moraru)*, coord. Marian Petcu, Ed. C.H.Beck (2014), București, ISBN 978-606-18-0362-0. Editură A2. Elaborarea a 23 de termeni și definiții în domeniul publicității

1.PR Trend, Society and Communication. coord. de Delia Balaban și Ioan Hosu (eds). Mittweida: Hochschulverlag, 2009 apărută în Central European Journal of Communication; vol. 4, no 2 (7), Fall 2011.

#### Recenzii

2.The Children's Crusade: Medieval History, Modern Mythistory. de Gary Dickson, apărută in publicația ISI European Legacy: Toward New Paradigm, 27 aprilie 2012.

3.Cultura profesională a jurnaliștilor, Natalia Vasilendiuc, Editura Universității din București, 2011 în Central European Journal of Communication; vol.6, no 1 (Spring) 2013.

#### Membri în juriu

- în septembrie 2016-prima rundă, mai 2017-runda 2, iunie 2018 –runda 1 membru în jurul național al concursului Effie Awards al industrie românești;
- juriul competiției internaționale studențești pentru concursul Thesis Competition între 2013-2018;
- juriul competiției internaționale studențești pentru concursul Adventure, organizat de European Institute for Commercial Communication Education, în 2017, 2018, 2019.

## Proiecte

1. între 2008-2009 participare la proiectul de cercetare științifică „Modele ale consumului de mass-media în lumea rurală românească : identități tradiționale, identități europene” (Proiect IDEI –UB, contract nr.12), prin activitate de monitorizare și muncă de teren în Târgu Jiu (aplicarea interviului)

2. în intervalul 1 octombrie 2010-31 martie 2013 proiect de cercetare postdoctorală ” POSDRU/89/1.5/S/62259, pe tema „*Glocalismul*” în publicitatea românească-arhetipuri și teme ale culturii populare în construirea identității locale a brandurilor multinaționale și naționale.

3. participare la proiectul AcademlAA lansat de IAA România (International Advertising Association-reprezentantul Marcom România) în colaborare cu academia preocupată de publicitate, comunicare și marketing (SNSPA, ASE-Marketing, UB-FJSC).

4. director al Proiectului de mobilitate PN-III-P1-1.1-MC-2018-2756, finanțat de UEFISCDI pentru aplicare la conferința ENTRENOVA, Split –Croatia 6-8.09.2018.

## Conferințe internaționale

1. “The European Influence on the Romanian Advertising- the Compromise between Globalization and Local Specificity” și “The Romanian Commercials between Specificity and Globalization. A Comparative Analysis between Local and International Brands” **două lucrări prezentate** la conferința VI *International Conference Life without Media* la secțiunea *Life without a market*, subtema *Complexity and Europe, Localization. Regionalism, Supra-Regionalism and Globalization*, Barcelona, Spania 30 iunie-1 iulie 2011.

2. “Christmas in the Advertising created for an Orthodox Market: The Difference between Santa’s Spirit and Traditional Behaviour”, lucrare prezentată la conferința internațională *Discourse/Communication/Conversation Conference*, organizată de Loughborough University, UK 21-23 martie 2012.

3. “Strategies of Drinking Beer from a Traditional Marketing to an Experiential one-Bergenbier Case Study”, lucrare prezentată la conferința *How experiential marketing is creating challenges for commercial communications* desfășurată High Wycombe, Bucks University, UK, 23-24 mai 2012.

4. “How young Students studying Communication do perceive the Balance between the Global and Local in Romanian Advertising Campaigns?”, lucrare prezentată la the11 European Conference of the Association of Business Communication (ABC Europe conference), cu tema *Beyond boundaries: Multicultural, multilingual and multimodal diversity in business communication* organizată de Radboud University Nijmegen Olanda, 30 mai-2 iunie 2012.

5. “Appealing to Romanian Consumers during Christmas Campaigns by Means of Religious and Traditional Aspects” , lucrare prezentată la congresul indexat ISI, *World Congress on Administrative and Political Sciences*, organizat în Antalya, Turcia 28 noiembrie -2 dec. 2012.

6. “Multidirectional Communication in Romanian Phone Campaigns”, lucrare prezentată la conferința internațională *Breaking the Media Values Chain*, Barcelona, Spania, 12-13 iunie 2013;

7.“Archetypes and Myths: The Hidden Power of Advertising Storytelling”, lucrare prezentată la conferința internațională 6th Global Conference-Storytelling: Global Reflections on Narrative, Lisabona, Portugalia 14-16 mai 2014.

8.“Transition from Communism to Democracy in Romanian Advertising”, lucrare prezentată la conferința internațională 7th International Central and East European Communication and Media Conference, cu tema *Changing Media and Democracy: 25 Years of Media Freedom and Public Sphere in Central and East Europe*, CEECOM , Wroclaw, Polonia, 12-14 iunie 2014.

9. "Romanian Advertising during the Transition Period--Recovering National Brands", lucrare prezentată la conferința internațională *25 Years After: The Challenges of Building the Post-Communist Media and Communication Industries*, organizată la Praga, Cehia, 20-22 noiembrie 2014.
10. 21-25 iunie 2015, Zagreb, Croatia, 12th SIEF Congress, panelul "Heritage management and identity brands: interplay and stakes", cu lucrarea *Reveal of national heritage in advertising local brands*. <http://toleducation.org/wp-content/uploads/2014/10/25-Years-After-Program.pdf>
11. 1-3 iulie 2015-participare la conferința FJSC, București "Understanding Transition III", cu lucrarea *Online Communication-a Place to live for Brands and Consumers*;
12. 3-5 septembrie 2015 Skopje, Macedonia, participare la III Annual International CCCS Conference "Culture and Identity" cu prezentarea *Identity and Hybridization in Romanian Advertising Campaigns*.
13. 23-25 septembrie 2015, participare la conferința internațională *Qualitative Research in Communication*, organizată la SNSPA cu prezentarea *Representations of Elderly People in Romanian Advertising*.
14. 4-5- decembrie 2015, participare la workshop-ul *e-Communicating of Europe as part of the project e-Eurociti*, Bucuresti cu lucrarea *Local Identity as a Successful Way of Promoting a European Retailer on the Romanian Market*.
15. 14-18 .03.2016 –participare la 10th International Week (cu tema *Oceans and Mankind*) ca speaker cu prezentarea *Achieving Brand Success through Storytelling*, Lisabona, Portugalia, IADE Creative University
16. 30-31.03.2016 participare la conferința internațională *E-methodology*, organized Institute of Psychology of the University of Wrocław cu prezentarea *Online marketing-the actual host of contemporary creativity*.
17. 10-12.06.2016, Oxford, Anglia, participare la conferința internațională *The Storytelling Project: 9th Global Conference* cu prezentarea "Representations of Time and Space in Advertising Stories". –moderator panel
18. 18-19.10.2016, Bruxelles, Belgia (Erasmus Hogeschool Brussel), participare la Edcom Meeting, Research Committee, Evolution Lab și Euro Effie Gala in Brussels (suport financiar personal). În cadrul întâlnirilor de la Research Committee am participat la discuțiile de la grupul de lucru *Industry & Academics*.  
<http://www.eaca-inspire.eu/member/university-of-bucharest/>  
<http://www.euro-effie.com/html/photos.asp?photos=cocktail2016>
19. 23-24.10. 2016 Cluj-Napoca, participare la PR Trend, cu prezentarea *Professionals' view on nowadays creativity in online advertising* în cadrul panelului *Branding communication* la care am fost chair.  
[http://fspac.ubbcluj.ro/comunicare/program\\_ptrend2016/](http://fspac.ubbcluj.ro/comunicare/program_ptrend2016/)
20. 4-5. 11. 2016. Participare la Colocviul internațional în Studii culturale și Științele comunicării cu tema *Teritorii, Granițe, Comunicări. Reconfigurări identitare într-o lume (dis)continua. Places, Boundaries, Communities. Mapping Identities in a (Dis)connected World* cu prezentarea "Adapting Global Brands to Local Needs on the Romanian Market via Glocal Strategies".

21. 9-12 nov. 2016 Praga, Cehia, participare ECREA cu lucrarea *The History Post-Communist Romanian Advertising from Offline to Online communication* în cadrul sesiunii Transition Sessions in Communication

---

22. -7-10.09.2017-Croatia, Dubrovnik, ENTerprise REsearch InNOVation Conference (ENTRENOVA), cu lucrarea *Educating Creativity in Advertising School by Using Innovation in Technology.*

---

23. 4-6 Octombrie 2017, Mădălina Moraru și Dan Petre, participare la conferința internațională *Qualitative Research in Communication*, organizata la SNSPA cu prezentarea *Revealing the Factors of Success in Education and Career as Prospected During University.*

24. 3-4 noiembrie 2017 participare la Conferința Națională în Studii Culturale și Științele Comunicării, cu tema *Culturi și comunicarea lor*, având prezentarea *Evolution of Romanian Brands Developing the Local Identity in the Last Three Decades.*

25. 9-10.11. 2017 Mădălina Moraru (Buga), București participare la Colocviul internațional «Télévisions et nations européennes: aller et retour entre centres et périphéries, 1950-1980», cu prezentarea *Historical View on TV Commercial Formats in the Romanian Post-communist Transition Advertising.*

26. 6-8.09.2018 Mădălina Moraru (Buga), Split, Croația, ENTerprise REsearch InNOVation Conference (ENTRENOVA), cu lucrarea *Challenges in the creative process within Romanian advertising agencies-obstacles and solutions*

---

## Distincții

Premierea rezultatelor cercetării în data de 13 decembrie 2013 de către *Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior, A Cercetării, Dezvoltării și Inovării (UEFISCDI)* în cadrul Planului Național de Cercetare, Dezvoltare și Inovare, 2007-2013, PNII, PRECISI-2013 pentru articolul - „Reshaping American Identity through Advertising Standardization vs. Localization, *Journal for the Study of Religions and Ideologies* 2013, nr. 12 (35), pp. 39-62, ISSN-1583-0039. Indexat ISI (ISI Web of Science, Arts & Humanities Citation Index).

---

## Afilieri

1. membru în asociația Edcom (European Institute for Commercial Communication Education), divizie EACA (European Associations of Communication Agencies) din 2009 și în Comitetul de Cercetare din 2013. Membru în boardul Edcom din 2017.
2. Membru ECREA (European Communication Research and Education Association) din 2010..
3. membru AFCOM (Asociația Formatorilor în Jurnalism și Comunicare) din 2008
4. membru în ESA (European Sociological Association) din 2014.

Data:

Semnătura:  
Conf. univ. dr. Buga-Moraru Elena Mădălina  
Facultatea de jurnalism și Științele Comunicării  
Universitatea din București

