

Lista de lucrări

prof. univ. dr. Claudiu COMAN

A. TEZA DE DOCTORAT

Coman, C. (2003). *Strategii de comunicare politică în campaniile electorale din spațiul public românesc*, Cluj

B. CĂRȚI ȘI CAPITOLE ÎN CĂRȚI

Carti unic autor

1. Coman, C. (2019). *Tehnici de negociere: ediție adăugită și revizuită*. București: CH Beck. ISBN 978-606-18-0938-7.
2. Coman, C. (2018). *Analiza imaginii și influența mass-media*, Timișoara: Editura de Vest, ISBN 978-973-36-0731-1.
3. Coman, C. (2018). *Despre eșantionare*, Timișoara: Editura de Vest. ISBN 978-973-36-0750-2.
4. Coman, C. (2013). *Marx Illusion. Sociological essays about mindsets*, Viena: Osterreichisch-Rumanischer Akademischer Verein. ISBN 978-3-9503145-4-0.
5. Coman, C. (2013). *Voting Behaviour. Opinion polls and the management of election campaigns*, Atena: International Society for the Advancement of Science and Technology. ISBN 978-618-80698-4-8.
6. Coman, C. (2011). *Statistică aplicată în științele sociale*, Editura Institutul European, ISBN 978-973-611-722-0
7. Coman, C. (2010). *Sfera publică și imaginea politică*, București: C.H. BECK. ISBN 978-973-115-813-6
8. Coman, C. (2010). *Informatică aplicată în științele sociale și ale comunicării*, Brașov: Editura Universității Transilvania din Brașov, ISBN 978-973-598-753-4
9. Coman, C. (2010). *Sfera publică și imaginea politică*, București: Editura C.H. BECK, ISBN 978-973-115-813-6
10. Coman, C. (2007). *Tehnici de negociere*, București: Editura CH Beck, ISBN: 978-973-115-224-0.
11. Coman, C. (2004). *Comportamentul de vot. Sondajele de opinie și gestiunea campaniilor electorale*, București: Editura Economică, ISBN: 973-590-974-X
12. Coman, C. (2003). *Iluzia Marx. Eseu despre mentalități - o perspectivă sociologică*, Editura Ermetic. ISBN: 973-977733-2-X.

Cărți coautor

1. Stan, G., Coman, C., Crișan, Ș. & Bularca, M.C. (2023) *Psihosemiotica socială*. București: Editura CH Beck.
2. Bularca, M.C., Nechita, F., & Coman, C. (2022). *Interacțiunea dintre studenți și universități în mediul online*. București: CH Beck. ISBN: 978-606-18-1155-7.
3. Mesesan-Schmitz, L., Coman, C., & Popica, M.M. (2021). *Marketingul digital și antreprenorii români*. București: CH Beck.

4. Coman, C. , Anton, M. Lupu, A.C, Bârsan, G., & Bularca, M.C. (2021). *Managementul conflictelor în organizații*. București: CH Beck.
5. Mesesan-Schmitz, L., & Coman C. (2020). *The Use of Indexes in Professional Social Researches*, Ed. Peter Lang. isbn:978-3-631-82728-4.
6. Coman, C. & Csesznek, C. (2020). *Storytelling. Între drum și destinație*. București: CH Beck. ISBN 978-606-18-0996-7.
7. Șargu, L., Coman, C., Bularca, C.M., & Gîdilica C. (2020). *Negocierile între metoda și proces în condiții atipice*, Varsovia, Polonia: iScience. isbn:978-83-66216-23-5.
8. Coman, C., Nechita, F., & Bularca, M.C. (2020). *Promovarea și brandingul universităților*. București: CH Beck.
9. Selaru, V. & Coman, C.(2005). *Comunicarea între informare și manipulare*, București: Editura All Beck, ISBN: 973-655-784-7.
10. Coman, C.& Copesescu, S. (2004). *Orientările de valoare și specificul național. Studii de antropologie socioculturală*, Brașov: Editura Universității Transilvania din Brașov. ISBN: 973-635-347-8.
11. Coman, C. & Medianu, N. (2002). *Statistică socială. Aplicații SPSS*, Editura Infomarket; ISBN:973-8204-37-2
12. Coman, A. & Coman, C. (2002). *Tehnici de comunicare și negociere. Curs practic*, Brașov: Reprografia Universității Transilvania.

Capitole în volume colective

1. Coman, C. (2012). Comunicarea in mediul social politic, Partea I, cap VIII, în A. Otovescu (coord.)“*Sociologia comunicării. Perspective teoretice si cercetari de teren*”, București: Editura Pro Universitaria, ISBN 978-606-647-411-5.
2. Coman, C. (2010). Sociologia comunicării, secțiunea III, cap I.5, în D. Otovescu (coord.) *Tratat de Sociologie Generală, Colecția Sociologie Contemporană*, Editura Beladi, ISBN 978-973-7773-40-1.
3. Coman, C. (2004) (coautor), Rolul comunicării empatică în rezolvarea conflictelor. Dimensiuni nonverbale, în S. Chelcea (coord.), *Comunicarea non verbală în spațiul public*, București: Editura Tritonic Media.

Carti coordonate

1. Coman C., Popica, M.M., Gherghinoiu, M. & Bolborici A.M. (coord.) (2020). *Cultural PR & Creative Destination Branding. Cultural experiences and branding case studies in Italy & Greece*. Cluj Napoca: Presa Universitară Clujeană.
2. Coman, C. (coord.) (2020). *Building strong brands*. Sibiu: Editura Academiei Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu”. ISBN 978-973-153-405-3.
3. Coman, C. (coord.) (2018). *Formare versus informare prin media*. Timișoara: Editura de Vest. ISBN 978-973-36-0751-9.
4. Coman, C. (coord.) (2018). *Iluzii Mediatice*. Timișoara: Editura de Vest. ISBN 978-973-36-0752-6.

C. ARTICOLE/ STUDII PUBLICATE ÎN REVISTE DE SPECIALITATE DE CIRCULAȚIE INTERNAȚIONALĂ RECUNOSCUTE SAU ÎN REVISTE DIN ȚARĂ RECUNOSCUTE DE CNCIS

Articole ISI

1. Burlacu, M., Coman, C., & Bularca, M. C. (2023). Blogged into the System: A Systematic Review of the Gamification in e-Learning before and during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 15(8), 6476. <https://doi.org/10.3390/su15086476>.
2. Andrioni, F., Coman, C., Ghita, R. C., Bularca, M. C., Motoi, G., & Fulger, I. V. (2022). Anxiety, Stress, and Resilience Strategies in Parents of Children with Typical and Late Psychosocial Development: Comparative Analysis. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 19(4), 2161. <https://doi.org/10.3390/ijerph19042161>
3. Bularca, M. C., Nechita, F., Sargu, L., Motoi, G., Otovescu, A., & Coman, C. (2022). Looking for the sustainability messages of European universities' social media communication during the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 14(3), 1554. <https://doi.org/10.3390/su14031554>
4. Coman, C., Bularca, M. C., Repanovici, A., & Rogozea, L. (2022). Misinformation about medication during the COVID-19 pandemic: A perspective of medical staff. *PLoS ONE*, 17(10), e0276693. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0276693>.
5. Coman, C., Mesesan-Schmitz, L., Tiru, L. G., Grosseck, G., & Bularca, M. C. (2021). Dear student, what should I write on my wall? A case study on academic uses of Facebook and Instagram during the pandemic. *PLoS ONE*, 16(9), e0257729. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0257729>.
6. Coman, C., Bularca, M. C., & Angela, R. (2021). Constructing and Communicating the Visual Identity of a University. Case Study: Visual Identity of Transilvania University of Brasov. *Sustainability*, 13(13), 7145. <https://doi.org/10.3390/su13137145>
7. Coman, C., Andrioni, F., Ghita, R. C., & Bularca, M. C. (2021). Social and Emotional Intelligence as Factors in Terrorist Propaganda: An Analysis of the Way Mass Media Portrays the Behavior of Islamic Terrorist Groups. *Sustainability*, 13(21), 12219. <https://doi.org/10.3390/su132112219>
8. Popa, D., Repanovici, A., Lupu, D., Norel, M., & Coman, C. (2020). Using mixed methods to understand teaching and learning in Covid 19 times. *Sustainability*, 12(20), 8726. <https://doi.org/10.3390/su12208726>
9. Coman, C., Tiru, L. G., Schitz, L. M., Stanciu, C., & Bularca, M. C. (2020). Online Teaching and Learning in Higher Education during the Coronavirus Pandemic: Students' Perspective. *Sustainability*, 12(24), 10367. <https://doi.org/10.3390/su122410367>.
10. Coman, C. (2016). The Influence of Urbanism and Information Consumption on Political Dimensions of Social Capital: Exploratory Study of the Localities

Adjacent to the Core City from Braşov Metropolitan Area, Romania. În *PLoS ONE* 11(1), e0144485. doi:10.1371/journal.pone.0144485

11. Coman, C.(2010). Modern media innovation in electoral campaigns, în *Revista de cercetare și intervenție socială*, (31), 45-53. ISSN: 1583-3410.

Articole BDI

1. Bularca M.C. & Coman C. (2022) Building the Identity of a Corporate Brand. Case Study: Banca Transilvania (Transilvania Bank). In: Antipova T. (eds) *Comprehensible Science. ICCS 2021. Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 315. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-85799-8_31
2. Bularca, M. C., Coman, C., Tudorică, R., Filip, O. L., Drăguinea, D., & Marian, A. (2022). Representation of People with Disabilities in the Online Media during the COVID-19 Pandemic. *Social Work Review/Revista de Asistența Socială*, (1), p. 65.
3. Bătrănu-Pințea, V., & Coman, C. (2021). The media influence in the impact of The Beatles cultural movement on different generations. *Revista Română de Biblioteconomie și Știința Informării= Romanian Journal of Library and Information Science. Special Issue*, pp. 1-7. <https://doi.org/10.26660/rrbsi.2021.17.3.1>
4. Bănică, C. I., & Coman, C. (2021). Technology-mediated communication by smart devices versus direct communication to preadolescents and adolescents during pandemic isolation: Physical isolation-triggering factor of social anxiety and depressive tendencies in young people in the Romanian school. *Revista Română de Biblioteconomie și Știința Informării= Romanian Journal of Library and Information Science*, pp. 34-42. <https://doi.org/10.26660/rrbsi.2021.17.3.34>
5. Tuliga, A., & Coman, C. (2021). Modelul SCONUL de analiză, organizare și evaluare a conținutului info-documentar: Influența media în formarea imaginii opiniei publice despre performanța și activitatea poliției. *Revista Română de Biblioteconomie și Știința Informării = Romanian Journal of Library and Information Science*. 8-17. <https://doi.org/10.26660/rrbsi.2021.17.3.8>
6. Coman, C., Buica, D., Marian, A., Ioțu, C., & Bularca, M. C. (2021). Fake News on Social Media during the Coronavirus Pandemic. *Social Work Review/Revista de Asistența Socială*, (1). issn:15830608
7. Groza, M., Gherghinoiu, M., & Coman, C. (2021). City branding and universities: the challenge of a joint communication strategy. *Revista Română de Biblioteconomie și Știința Informării= Romanian Journal of Library and Information Science*. 27-33. <https://doi.org/10.26660/rrbsi.2021.17.3.27>
8. Coman, C., Scarlat, A. D., & Lautaru, A. (2021). Changing Perception through Media Bombardment and Demonization. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov. Series VII: Social Sciences• Law*, 113-122. <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2021.14.63.1.11>.
9. Coman, C., & Curecheriu, I. (2020). Successful brands in Romania. Case study: Kandia Chocolate. *Revista Universitară de Sociologie*, 16(2).

10. Coman, C., Rezeanu, C. I., Mihalte, S. I. & Kiss, R. (2018). Highlighting the image of the local government institutions in mass media based on the results of the content analysis. *Juridical Current*, 72, 39-56.
11. Rezeanu, C. I., & Coman, C. (2018). Narrative Construction of Self-Coherence in the Virtual Space. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series VII, Social Sciences and Law.*, 11(1), 105-114.
12. Rezeanu, C. I., & Coman, C. (2017). The Dynamic Landscape of Virtual Space Explored through a Multidisciplinary Kaleidoscope. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series VII: Social Sciences and Law*, 10(1), 143-152.
13. Coman, C. (2013). Theoretical Aspects of Mediated Public Space, as the Environment of Modern Political Participation. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series VII: Social Sciences and Law*, (1), 15-20.
14. Coman, C., & Pascu, M. (2013). Mass-Media and Political Communication Credibility. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series VII: Social Sciences. Law*, (2), 287-290.
15. Coman, C. (2013). Research Findings on Social Capital and Matters in Brasov Community. A Secondary Analysis Approach. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series VII: Social Sciences and Law*, (2), 111-120.
16. Coman, C. (2011). Typology of electoral candidates. Case study: Sorin Oprescu. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series VII: Social Sciences and Law*, (2), 7-18.
17. Coman, C. (2008). Comportamentul de vot între rațional și simbolic, *Revista de cercetare si interventie sociala*, 21, Iași: Editura Lumen. ISSN: 1583-3410
18. Coman, C. (2008). Political Communication: Mass-Media and the Americanization Show in Electoral Campaigning, *Bulletin of Transilvania University of Braşov*, 1(50), Series IV, ISSN 2065-2178.
19. Coman, C. (2007). Political Communication and Opinion Polls, *Revista Universitară De Sociologie*, 2(8) Craiova: Editura Universitaria și Beladi, ISSN: 1841-6578, 156-160.
20. Coman, C.(2006), The calibration of the political communication by the public agenda, in *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, 13(48)-New Series, Series B4, 475 - 483.
21. Coman, C. (2003) The Poll's credibility problem, in *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, 10(45)-New Series, Series B, 223-227.

Conferințe naționale

1. Coman, C., (2009). „Education and Cultural Communication”, în cadrul *Conferinței Naționale cu participare internațională: “Educație și schimbare socială”*, Oradea, 20-21 februarie 2009, <http://socioumane.ro/blog/educonf09/>
2. Coman, C., (2006). „Manipularea prin intermediul rezultatelor sondajelor prezentate de media”, la Conferința internațională dedicată aniversării a 10 ani de învățământ universitar de sociologie și psihologie: “Cultură, Dezvoltare, Identitate, Perspective actuale”, Oradea, 26-27 Octombrie 2006. http://www.socioumane.ro/downloads/publicatii/Cultura_dezvoltare_identitate.pdf

3. Coman, C., (2006). „Estimarea efectelor campaniilor <<negative>>”, la Colocviul internațional de Științe Sociale: “ACUM, 2006”, Brașov, 23-25 noiembrie 2006. http://acum.sociologie-brasov.ro/page_Arhiva-Colocviului_3.html
4. Coman, C., (2004). Evaluarea unui spot publicitar prin metoda focus group, în *Buletinul științific al Universității Creștine “Dimitrie Cantemir” Brașov*, Editura Infomarket, Brașov, 2004, 153-159.
5. Coman, C., (2003). O procedură de calibrare a comunicării politice în funcție de discriminările agendei publicului, în *ANNALES UNIVERSITATIS APULENSIS, Seria Sociologie*, 3, Alba Iulia, 2003, pp.93-100.
6. Coman, C., (2002). Credibilitatea sondajelor de opinie. Efecte perverse generate de “marketingul electoral”, în: “SIMPEC 2002. *Lucrările Simpozionului Internațional de Științe Economice*, 17-18 mai 2002, Brașov”, volumul III, Editura Infomarket, 145-156.
7. Coman, C., (2002). Dincolo de text. Stereotipuri de gen transmise de abecedare, *Sesiunea de comunicări științifice publicată în ANNALES UNIVERSITATIS APULENSIS, Seria Sociologie*, 2, Alba Iulia, 2002, 123-131.
8. Coman, C., (2001). Teme și tendințe în cotidienele locale: prezentarea unei analize de conținut realizate în timpul unei campanii electorale pentru a evidenția câteva aspecte legate de discursul presei, *Sesiunea de comunicări științifice publicată în ANNALES UNIVERSITATIS APULENSIS, Seria Sociologie*, Alba Iulia, 2001, 83-88.
9. Coman, C., (2001). Analiza comparativă a structurii ziarelor, în *Buletinul științific al Universității Creștine “Dimitrie Cantemir” Brașov*, Nr.2-2001, Editura Infomarket, Brașov, 2001, 219-226.
10. Coman, C., (2001). Departamentul de relații cu publicul în cadrul unei instituții publice, în: “*Societatea și Dreptul. Lucrările Simpozionului Facultății de Științe Economice, Catedra de Sociologie, Filozofie, Drept, mai 2001, Brașov*”, Editura Omnia Uni S.A.S.T., 2001, 158-164.
11. Coman, C., (2001). Festivalul național al berii: funcții și implicații, în: “*Societatea și Dreptul. Lucrările Simpozionului Facultății de Științe Economice, Catedra de Sociologie, Filozofie, Drept, mai 2001, Brașov*”, Editura Omnia Uni S.A.S.T., 2001, 326-331.
12. Coman, C., Coman, A., & Nechita, F., (2000). *O radiografie a discursului publicitar*, “SIMPEC 2000. *Lucrările Simpozionului de Științe Economice, noiembrie 2000, Brașov*”, Editura Infomarket, 244-248.

Conferințe internaționale

1. Coman, C., Bularca, M. C., & Otovescu, A. (2021, February). Promoting Cities as Cultural Destinations Through Events. Case Study: Aarhus European Capital of Culture. In *International Conference on Advances in Digital Science* (275-286). Springer, Cham.
2. Coman, C., Goian, C., Bularca, M. C., & Vlaicu, L. (2021). The role of online media channels in portraying the effects of the covid-19 pandemic on vulnerable groups. In *Economic and Social Development (Book of Proceedings)*, 76th International Scientific Conference on Economic and Social (p. 77).

3. Coman, C., Constantinescu, N., Barsan, I., Repanovici, A. (2020). Build a digital exhibition using omeka-a method to teach media digital future specialists. In *7th SWS International Scientific Conference on Social Sciences ISCSS 2020* (pp. 503-510).
4. Coman, C., & Bularca, M. C. (2020, October). Transilvania university of brasov: brand ambassador of Brasov. In *International Conference on Comprehensible Science* (pp. 286-298). Cham: Springer International Publishing.
5. Coman, C. (2018). Happiness as a resilience resource for the social reproduction of human capital in the private sphere. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 241-247. <http://www.aradr.ro/conferinta>
6. Coman, E. G., Rezeanu, C. I., Nechita, F., & Coman, C. (2018). Modern tendencies in experiential marketing: Museums using augmented reality (AR) to convert young audiences into ambassadors of local culture. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 212-221.
7. Nechita F, Coman C., Rezeanu C., Coposescu S. (2015). Urban space regeneration and new cultural identity, *CCCS Conference 2015, Identity and culture, European Capital of Culture, Skopje*, 3-5 September 2015, <http://cultcenter.net/wp-content/uploads/2015/08/2015-Prrograme.pdf>.
8. Coman, C. (2009) Local and regional Symbolic Construction of Identities. An Anti-globalization Defense Mechanism, în cadrul *Conferintei Internationale: Media programming and media consumption in the rural word*, București, 19-20 februarie 2009.
9. Coman, C. (2008) *Forms of Active Citizenship and Participation of Public Opinion in Electoral Campaigns*, International Conference, *SOCIAL MODERNIZATION AND THE GLOBAL DEVELOPMENT*, Craiova, November 21-23, 2008.
10. Coman, C. et al. (2006). Enhancement of the Research-Teaching Synergy Transylvania University case study la "European Models of Synergy between Teaching and Research on Higher Education" - EUI-Net conference, 4-5 May 2006, Tallinn, Estonia, http://www.ier-nl.net/EUInet_Workshop_Programme.htm

5- 02 - 2024

prof. univ. dr. Claudiu COMAN

