

PERSONAL INFORMATION

Buga – Moraru Elena – Mădălina



 Bucharest (Romania)

 madalina.moraru@fjsc.ro, madalina.moraru@comunicare.ro



WORK EXPERIENCE

16.02.2015-prezent

Conferențiar universitar doctor

Universitatea din București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării (FJSC)

Departamentul de Antropologie Culturală și Comunicare

Tipul sau sectorul de activitate Învățământ universitar

1.10.2011-15.02. 2015

Lector universitar doctor

Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea din București ,

Departamentul de Antropologie Culturală și Comunicare,

Bd. Iuliu Maniu, nr. 1-3, Complex „Leu”, Corp A, etajul 6, sector 6, București. www.fjsc.unibuc.ro.

Activitatea didactică (cursuri și seminarii predate de: Introducere în publicitate, Structura și funcționarea agenției de publicitate, Clip publicitar, Storytelling in advertising, Globalization versus Adaptation in Communication campaigns, Fundamentals of Advertising).

Activitate de cercetare în domeniul naratologie publicitare, storytellingului, agenției de publicitate, antropologiei.

Din 2012 colaborez la Facultatea de Comunicare și Relații Publice, Școala Națională de Științe Politice și Administrative,

Masteratul în Comunicare și Publicitate (cu predare în limba engleză)- Fundamentals of Advertising, anul I, semestrul 1.

Communication and Emergent Media (în limba engleză)-Advertising 1, anul 1, sem.2

Tipul sau sectorul de activitate Învățământ universitar

16.02.2009-1.10.2011

Asistent universitar doctor

Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea din București, Departamentul de Antropologie Culturală și Comunicare,

Tipul sau sectorul de activitate Învățământ universitar

2005-2009

cadru didactic asociat FJSC;

Tipul sau sectorul de activitate Învățământ universitar

2000-2009 profesor lb română Liceul Teoretic „Grigore Moisil”
Bd. Timisoara, nr. 33, Bucuresti
Tipul sau sectorul de activitate Învățământ preuniversitar

1997-1999 1998 -1999 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 învățământ primar

EDUCATION AND TRAINING

13.10.2017- 9.03.2018 Școala 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

Școala
2005-2008 doctorand – Școala Doctorală de Științele Comunicării, FJSC, Universitatea din București
Tema lucrării: *Dimensiunea mitică a discursului publicitar*, coordinator 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 – 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, Facultatea de Comunicare și Relații Publice, SNSPA

Tema disertației: Aspecte ale sacralului. Tradiție și actualitate

Calificarea obținută: masterand în relații publice și publicitate

2000-2002.

Master – Studii Umaniste Interdisciplinare în lb. germană - Facultatea de Filosofie Universitatea din București

Tema disertației: Der expressionistische Film

Calificarea obținută: masterand în filosofie și în studii interdisciplinare în limba germană

1995-1999

Teologie Ortodoxă – Litere – limba română

Lucrare de diplomă: „Romanul realist al lui Ion Agârbiceanu”

Calificarea obținută: licență în teologie și litere-limba română

1990-1995

Liceul Pedagogic, București, secția intensiv lb. germană ;

Calificarea obținută: învățător

Disciplinele principale studiate /

Competențe profesionale dobândite filosofie, comunicare, relații publice, publicitate, argumentare și retorică

PERSONAL SKILLS

Mother tongue(s) Romanian

Foreign language(s)

	UNDERSTANDING		SPEAKING		WRITING
	Listening	Reading	Spoken interaction	Spoken production	
Germană	C1	C2	C1	C2	C2
Engleză	C2	C2	C2	C1	C1

Levels: A1 and A2: Basic user - B1 and B2: Independent user - C1 and C2: Proficient user
Common European Framework of Reference for Languages - Self-assessment grid

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.

- 9-11 martie 2009 –participare la Workshop cu jurnaliștii, pe tema Urbanizare treptată/ Consumul mass-media în satul românesc –întâlnirea 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 și manageriale

- coordonatoarea anului III Publicitate la FJSC, Universitatea din București, coordonatorul programului de Publicitate, Învățământ la distanță
- Coordonator al masterului cu predare în limba engleză de Advertising and Digital Communication de la FJSC
- coordonatoarea echipelor AdVenture în concursul internațional de publicitate Edcom (European Institute for Commercial Communication Education);
- Organizarea întâlnirii membrilor Edcom, a conducerii, a Comitetului de cercetare la București în octombrie 2011 și în martie 2015 la Rectoratul Universității din București.
- 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;
- Moderatorul panelului Communication and Promotion of Local Community Content la conferința internațională “Breaking the Media Values Chain”, Barcelona, desfășurată între 12-13 iunie 2013
- Moderatorul unui panel la conferința “6th Global Conference-Storytelling: Global Reflections on Narrative”, Lisabona, Portugalia
- organizarea unui workshop de creație în iunie 2014, în perioada de practică, susținerea unei prezentări de către directorul de creație de la NextAdvertising, Liviu David.
- 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.
- Expert în proiectul POCU/626/6/13/132525, „De la student la antreprenor” în intervalul 2021-2023
- prodecan cu cercetarea și activitatea didactică în intervalul 15 noiembrie 2018-6 ianuarie 2019 la FJSC

Competențe dobândite la locul de muncă

- Participare la proiecte naționale și internaționale. Participare la evenimente publice și organizarea acestora (conferințe, workshopuri).
- 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.
- Participare la Festivalul „Școala de nume mari” 5-7 iunie 2014, organizat de Universitatea din București cu ocazia aniversării a 150 de ani de la înființării instituției. Panelul la care am participat s-a numit Comunicarea și provocările internetului.

Competențe

ECDL – 7 module

informatică

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/2000

ADDITIONAL INFORMATION

Publicații Articole

ISI

1. Mădălina Moraru, 2012. Tradition and Dogma in Romanian Advertising, *European Journal of Science and Theology*, 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. Mădălina Moraru, 2013. Reshaping American Identity through Advertising Standardization vs. Localization, *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 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. Mădălina Moraru, 2013. Appealing to Romanian Consumers during Christmas Campaigns by Means of Religious and Traditional Aspects, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, vol. 81, pp. 490–494; ISSN: 1877-0428; Indexată Elsevier, Science Direct și ISI Web of Science Proceedings;
4. Mădălina Moraru, 2021, Struggling to Achieve High Creative Standards in Romanian Advertising Industry, *Balkan Journal of Philosophy*, Vol. 13, Issue 2.
5. Duarte, A., Surugiu, R., **Moraru, M.**, & Marinescu, V, 2023. (online first) Digital empathy in online education: A comparison study between Portugal and Romania. [Empatia digital en la educación en línea: Un estudio comparativo entre Portugal y Rumanía], *Comunicar*, 76, <https://doi.org/10.3916/C76-2023-09>.

Cărți

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

Capitole de cărți

1. Mădălina Moraru, 2014. “Local Identity vs. European Identity in Romanian Advertising”, în *Identity and Intercultural Communication*, edited by Nicoleta Corbu, Dana Popescu-Jourdy and Tudor Vlad, Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing, pp. 175-199. ISBN (10): 1-4438-6397-1, ISBN (13): 978-1-4438-6397-1.
2. Anca Cristina Micu și Mădălina Moraru, 2014. “Advertising Higher Education in Romania” în *Advertising Education around the World*, ed. de Jef. I. Richards and Billy I. Ross, ed. de American Academy of Advertising (1st edition, pp. 249-270, ISBN-10: 0931030447; ISBN-13: 978-0931030444.
3. Mădălina Moraru, 2014. “Advertising Campaign Storytelling for Different Product Categories. A Comparative Study of Local and Global Brands” 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. Mădălina Moraru, 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;

5. Mădălina Moraru, 2016. "Local Identity on Facebook Platform: a Way of Promoting a European Retailer 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;

6. Mădălina Moraru, 2016. "Archetypes and Myths: The Hidden Power of Advertising Storytelling" publicat în 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/>

7. Mădălina Moraru, 2017. "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

8. Mădălina Moraru, 2020. Proceedings "The Mentoring Relationship in an Advertising |Agencies-Mentors training Mentees", Entrenova, *ENTreprise REsearch InNOVAtion*, vol 6. Issue 1, (2020) pp. 450-461.

9. Mădălina Moraru, 2020. "The Evolution of the Advertising Agency from a Centralized System to a Decentralized One on the Romanian Market in the Last Three Decades" în volum editat de Delia Balaban, Ioan Hosu și Andreea Voina, *Communication. It's about Platforms*, Cluj-Napoca: Ed. Accent, pp. 239-252.

10. Mădălina Moraru, 2021, "The Professional Evolution of Advertising Graduates. A 5 Year Case Study on Romanian Advertising B.A. Program" în vol. editat de Surugiu, R., Ștefănel, R. și Apostol, N., *30 de ani de învățământ jurnalistic și de comunicare în Estul Europei* . București: Tritonic, pp. 381-406.

11. Mădălina Moraru, 2022. „Strategii publicitare în industria modei“, în vol. ed. de Romina Surugiu și Dan Podaru *Modă, publicitate, consum*. București: Tritonic, pp. 223-245.

12. Romina Surugiu, Mădălina Moraru, 2022. „Strategii de adaptare a muncii în agențiile de publicitate din România în perioada pandemică“. În *Integrare prin cercetare și inovare* (pp. 119-122). Chișinău.

13. Romina Surugiu, Mădălina Moraru. 2023 (in print). "Work Organization and Communication Practices in Advertising Companies in Romania during the COVID-19 Pandemic". In *Perspectives on Workplace Communication and Well-Being in Hybrid Work Environments* (eds. Alexandre Duarte, Patrícia Dias, Teresa Ruão, José Gabriel Andrade), IGI Global.

14. Mădălina Moraru și Romina Surugiu, 2023. „Agențiile de publicitate și organizarea muncii în perioada pandemică“ în vol. editat de Romina Surugiu și Georgeta Stepanov *Conjuncturi digitale. Media, comunicare, educație*. București: Tritonic, pp. 51-71.

Termeni de dicționar

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

Recenzii

1. Mădălina Moraru, 2011, *PR Trend, Society and Communication*. coord. de Delia Balaban și Ioan Hosu(eds). Mittweida: Hochschulverlag, 2009 recenzat în *Central European Journal of Communication*; vol. 4, no 2 (7).
2. Mădălina Moraru, 2012. *The Children's Crusade: Medieval History, Modern Mythistory*. de Gary Dickson, recenzat în publicația ISI *European Leagacy: Toward New Paradigm*, 27 aprilie 2012.
3. Mădălina Moraru, 2013. *Cultura profesională a jurnaliștilor*, Natalia Vasilendiuc, Editura Universității din București, 2011 recenzat în *Central European Journal of Communication*; vol.6, no 1 (Spring) 2013.
4. Mădălina Moraru, 2018. *Publicitatea și societatea contemporană*-recenzia cărții lui Costin Popescu, *Comunicare publicitară. Retrospective*, Editura Universității din București, recenzată în *Revista de filosofie*, tomul LXV, Nr.3/2018. pp.277- 279, Ed. Academiei Române, ISSN: 0034-8260.
5. Mădălina Moraru, 2021. *Social media influencerii și rolul lor publicitar/Social Media Influencers and Their Advertising Role*, editată de Delia Cristina Balaban și Julia Szambolics, București, Tritonic, ISBN:9786067495386, recenzată în *Styles of Communication*, vol. 14 (1), pp. 82-84.

Membru în juriu

1. Din 2016 membru în juriul național al concursului Effie Awards al industriei românești;
2. Membru în juriul competiției internaționale studențești pentru concursul Thesis Competition între 2013-2018 și Graduation Competition din 2019.;
3. Membru în juriul competiției 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 Academiei IAA 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.
5. membru în proiectul POCU/626/6/13/132525, „ De la student la antreprenor” dezvoltat de Universitatea din București în parteneriat cu Euro Best Team, ca expert de practică. (2021-2022).
6. Membru în proiectul de mentorat și susținere al studenților ROSE 2020- 2022, ca mentor la cursul Introducere în publicitate.

Conferințe internaționale

- 30.06-1 07. 2011 “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 sesiunea Life without a market, subtema Complexity and Europe, Localization. Regionalism, Supra-Regionalism and Globalization, Barcelona, Spania.

- 21-23.03.2012. “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.
- 23-24.05.2012. “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.
- 30.05 -2.06.2012. “How young Students studying Communication do perceive the Balance between the Global and Local in Romanian Advertising Campaigns?”, lucrare prezentată la the 11 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.
- 28.11 -2 12. 2012. “Appealing to Romanian Consumers during Christmas Campaigns by Means of Religious and Traditional Aspects”, lucrare de la congresul indexat ISI, World Congress on Administrative and Political Sciences, din Antalya, Turcia.
- 12-13.06. 2013; “Multidirectional Communication in Romanian Phone Campaigns”, lucrare prezentată la conferința internațională Breaking the Media Values Chain, Barcelona, Spania.
- 14-16.05.2014 “Archetypes and Myths: The Hidden Power of Advertising Storytelling”, lucrare la conferința 6th Global Conference- Storytelling: Global Reflections on Narrative, Lisabona, Portugalia.
- 20-22.11. 2014. “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.
- 21-25.06. 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 07. 2015-participare la conferința FJSC, București “Understanding Transition III”, cu lucrarea Online Communication-a Place to live for Brands and Consumers;
- 3-5.09. 2015 Skopje, Macedonia, participare la III Annual International CCCS Conference "Culture and Identity" cu prezentarea Identity and Hybridization in Romanian Advertising Campaigns .
- 23-25.09.2015, participare la conferința internațională Qualitative Research in Communication, organizată la SNSPA cu prezentarea “Representations of Elderly People in Romanian Advertising.
- 4-5.12. 2015, participare la workshop-ul e-Communicating of Europe as part of the project e-Eurociti, București cu lucrarea Local Identity as a Successful Way

of Promoting a European Retailer on the Romanian Market.

- 14-18 .03.2016 –participare la 10th International Week (cu tema Oceansand Mankind) ca speaker cu prezentarea Achieving Brand Succes through Storytelling, Lisabona, Portugalia, IADE Creative University
- 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.
- 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
- 18-19.10.2016, Bruxelles, Belgia (Erasmus Hogeschool Brussel), participare la Edcom Meeting, Research Committee, Evolution Lab și Euro EffieGala în 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>
- 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/
- 4-5. 11. 2016. Participare la Colocviul internațional în Studii culturale și Științe comunicării cu tema Teritorii, Granie, Comunici. Reconfigurii 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”.
- 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.”
- 07-10.09.2017-Croatia, Dubrovnik, ENTERprise REsearch InNOVAtion Conference (ENTRENOVA), cu lucrarea “Educating Creativity in Advertising School by Using Innovation in Technology”.
- 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”.
- 3-4 noiembrie 2017 participare la Conferința Națională în Studii Culturale și Științe Comunicării, cu tema Culturi și comunicarea lor, având prezentarea “Evolution of Romanian Brands Developing the Local Identity in the Last ThreeDecades”.
- 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.
- 6-8.09.2018 Mădălina Moraru (Buga), Split, Croația, The 4th ENTERprise REsearch InNOVAtion Conference (ENTRENOVA), cu lucrarea Challenges in the creative process within Romanian advertising agencies-obstacles and solutions.
- 17-18.05.2019, Edcom International Meeting, Talented graduates & communication agencies: Looking for the perfect match, European Institute for

Commercial Communications Education, Franța, Paris. Lucrarea s-a numit "Best practice examples from universities".

- 10-11.09.2021, Mădălina Moraru (Buga), participare la Virtual The 6th ENTERprise REsearch InNOVation Conference – ENTRENOVA 2020, cu lucrarea "The mentoring relationship in an advertising agency-mentors training mentees".
- 20-21.05.2021, Mădălina Moraru (Buga), participare la Conferința regională, 30 years of higher education in journalism and communication in Eastern Europe after 1989: From conquering the freedom of expression to embracing digital communication cu prezentarea "The professional evolution of Advertising graduates. A Case Study on Romanian Advertising BA Programs".
- 31.08-1.09.2021, ESA, participare la RN18_T01_02: Media, Pandemic and Crisis I cu lucrarea Critical Perspective on Brands' Communication,
- 9-10.09.2021, Mădălina Moraru (Buga), Zagreb, Croația, The 7h ENTERprise REsearch InNOVation Conference (ENTRENOVA), cu lucrarea "How Retailers Support Consumers during the Pandemic-Kaufland case study",

DISTINCȚII

- | | |
|-------------------|--|
| 13 decembrie 2013 | premierea rezultatelor cercetării 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). |
| 18 decembrie 2019 | decernarea Marelui Premiu al Senatului Universității din București |
| 18 decembrie 2019 | decernarea premiului de Profesorul anului în domeniul Științe Sociale. |
| septembrie 2021 | Premiul Intelligent Systems in Management Best Paper acordat în cadrul conferinței Entrenova 2021, pe data de 10 septembrie 2021 pentru: How Retailers Support Consumers during the Pandemic-Kaufland case study |

AFILIERI

- | | |
|----------|---|
| Sep 2021 | <p>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.</p> <p>http://www.eaca-inspire.eu/academics/edcom-institute/board-president/</p> <p>2. Membru ESA (European Sociological Association) în 2 dintre rețelele de cercetare: RN05 Sociology of consumption, RN18 Sociology of Communication and Media Research în că din 2012.</p> <p>3. Membru fondator în proiectul AcademIAA, realizat de International Advertising Association Romania (industria de Marcomm) și consorțiul universitar format din ASE,</p> |
|----------|---|

SNSPA, UB, UBB, Universitatea Transilvania Braşov.

4.Membru ECREA (European Communication Research and Education Association) din 2010.

5.Membru AFCOM (Asociația Formatorilor în Jurnalism și Comunicare) în intervalul 2008-2016.

Data: 12.05.2023

Semnătura :

Conferențiar univ.dr. Mădălina Buga-Moraru
Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării