

INFORMAȚII
PERSONALE

Buga – Moraru Elena – Mădălina

✉ 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 | Naționalitatea română

EXPERIENȚA
PROFESIONALĂ

16.02.2015-prezent

Conferențiar universitar doctor

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

1.10.2011-15.02. 2015

Lector universitar doctor

Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării (FJSC), Universitatea București,
 Departamentul de Antropologie Culturală și Comunicare,

Adresa

**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, Glocalization versus Adaptation in Communication campaigns,
 Fundamentals of Advertising).

Activitate de cercetare în domeniul naratologie publicitare, storytelling-ului,
 agenției de publicitate și glocalismului.

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 Fundamentals of Advertising, anul I, semestrul 1.

Tipul sau sectorul de activitate Învățământ universitar

16.02.2009-1.10.2011

Asistent Univesitar doctor

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. www.fjsc.unibuc.ro.**

Tipul sau sectorul de activitate Învățământ universitar

2005-2009	cadru didactic asociat FJSC;
2000-2009	<p>Tipul sau sectorul de activitate Învățământ universitar</p> <p>profesor lb română Liceul Teoretic „Grigore Moisil”</p> <p>Bd. Timisoara, nr. 33, Bucuresti</p>
1997-1998	<p>Tipul sau sectorul de activitate Învățământ preuniversitar</p> <p>1998 -1999 Cotidianul <i>Cronica română</i> - jurnalist la redacția socială și culturală</p> <p>1997-1998-colaborator Editura Anastasia.</p> <p>Tipul sau sectorul de activitate Jurnalism</p>
1995 - 2000	<p>învățător titular - Școala Generală Nr. 74 București;</p> <p>Tipul sau sectorul de activitate Învățământ primar</p>

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	<p>doctorand – Școala Doctorală de Științele Comunicării, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea din București.</p> <p>Tema lucrării: <i>Dimensiunea mitică a discursului publicitar</i>, coordonatorprof. Dr. Mihai Coman, susținută la data 23.01.2009.</p> <p>Calificarea obținută: doctor în științele comunicării</p>
2004-2006	<p>Master – Relații Publice și Publicitate - Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării – UB ;</p> <p>Tema disertației: <i>Imaginea feminității în revistele românești</i> (cercetare asupra printurilor publicitare)</p> <p>Calificarea obținută: masterand în relații publice și publicitate</p>
2002-2004	Master –Comunicare și Relații Publice, Facultatea de Comunicare și Relații Publice, SNSPA.
2000-2002	<p>Tema disertației: <i>Aspecte ale sacralului. Tradiție și actualitate</i></p> <p>Calificarea obținută: masterand în comunicare și relații publice</p>

1995 – 1999	<p>Master – Studii Umaniste Interdisciplinare în lb. germană - Facultatea de Filosofie-UB ; Tema disertației: <i>Der expressionistische Film</i> Calificarea obținută: masterand în filosofie și în studii interdisciplinare în lb. germană</p>
1990 – 1995	<p>Teologie Ortodoxă – Litere – lb.română Lucrare de diplomă: Romanul realist al lui Ion Agârbiceanu Calificarea obținută: licențiat în teologie și filologie, limba română</p>
Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite	<p>Liceul Pedagogic, secția intensiv lb. germană ; Calificarea obținută: învățător</p> <p>filosofie, comunicare, relații publice, publicitate, argumentare și retorică - la master și doctorat</p>
Organizația de educație și formare	<ol style="list-style-type: none"> 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.
 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-face parte din

Competențe organizaționale/ manageriale

- 1.coordonatoarea anului III Publicitate la FJSC, Universitatea din București ;
- 2.coordonatoarea echipelor AdVenture în concursul internațional de publicitate Edcom (European Institute for Commercial Communication Education);
- 3.Organizarea întâlnirii membrilor Edcom, a conducerii, a Comitetului de cercetare la București în octombrie 2011 și în martie 2015 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 "6th 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.
10. Coordonator al masterului cu predare în limba engleză de *Advertising and Digital Communication* de 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

INFORMATII
SUPLIMENTARE

Publicații

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;

4. "Struggling to Achieve High Creative Standards in Romanian Advertising Industry" (Moraru, Mădălina), *Balkan Journal of Philosophy*, 2021, Vol. 13, Issue 2.

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.

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>;

4. 2015- "The 2013 Audio-Visual legislation-a Genuine Limitation or a Challenge in the Evolution of Romanian Advertising" in Balaban Delia, Hosu
5. 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. 2016-I "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/>
- 7.2017-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
- 8 . 2020-Proceedings „The Mentoring Relationship in an Advertising |Agencies-Mentors training Mentees”, Entrenova, *ENTreprise REsearch INNOVation*, vol 6. Issue 1, pp. 450-461.

Termeni de dicționar

Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați (Mădălina Moraru- MMBB), 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

Recenzii

- 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
- 2.The Children's Crusade: Medieval History, Modern Mythistory. de Gary Dickson, apărută în 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.
- 4.Publicitatea și societatea contemporană-recenzia cărții lui Costin Popescu, Comunicare publicitară. Retrospective, Editura Universității din București, București, 2018 publicată în Revista de filosofie, tomul LXV, Nr.3/2018. pp.277-279, Ed. Academiei Române, ISSN: 0034-8260.

Membru în juriu

1. Din 2016 membru în jurul național al concursului Effie Awards al industriei românești;
2. -juriul competiției internaționale studențești pentru concursul Thesis Competition între 2013-2018;
3. juriul competiției Adventure, organizat de European Institute for Commercial Communication Education, în 2017, 2018, 2019 .

Proiecte

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

1. 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.

2. participare la proiectul AcademIAA 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).

3. 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.

4. 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).

5. Membru în proiectul de mentorat și susținere al studenților ROSE 2020-2022, ca mentor.

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 de la congresul indexat ISI, World Congress on Administrative and Political Sciences, din Antalya, Turcia 28 nov -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 la conferința 6th Global Conference- Storytelling: Global Reflections on Narrative, Lisabona, Portugalia 14-16 mai 2014.

Conferințe internaționale

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, organizata 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 Oceansand Mankind) ca speaker cu prezentarea Achieving Brand Succes through Storytelling, Lisabona, portugalia, IADE Creative University

16. 30-31.03.2016 participare la conferinta 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 EffieGala 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_prtrend2016/

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, organizată 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, The 4th ENTERprise REsearch InNOVation Conference (ENTRENOVA), cu lucrarea Challenges in the creative process within Romanian advertising agencies-obstacles and solutions.

27. 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".

28. 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.

29. 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.

30. 31.08-1.09.2021, ESA, participare la RN18_T01_02: Media, Pandemic and Crisis I cu lucrarea Critical Perspective on Brands' Communication,

31. 9-10.09.2021, Mădălina Moraru (Buga), Zagreb, Croația, The 7th ENTERprise REsearch InNOVation Conference (ENTRENOVA), cu lucrarea How Retailers Support Consumers during the Pandemic-Kaufland case study,

Distincții

1. Premiul 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).

2. 18 decembrie 2019 -decernarea Marelui Premiu al Senatului Universității din București.

3.18 decembrie 2019-decernarea premiului de Profesorul anului în domeniul Științe sociale.

4. 1.09.2021 , premiulcea mai bună lucrare de la categoria pentru **Intelligent Systems in Management Best Paper: *How Retailers Support Consumers during the Pandemic-Kaufland*** case study authored by Elena -Madalina Buga-Moraru, acordat în cadrul The 7h ENTerprise REsearchInNOVAtion Conference (ENTRENOVA),

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.

<http://www.eaca-inspire.eu/academics/edcom-institute/board-president/>

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.

3.membru fondator în proiectul AcademIAA, realizat de International Advertising Association Romania (industria de Marcomm) și consoțiul universitar format din ASE, SNSPA, UB, UBB, Universitatea Transilvania Brașov.

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: 28.09.2021

Semnătura :

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

