

CURRICULUM VITAE

INFORMAȚII PERSONALE

Numele și prenumele	IANCU, IOANA RALUCA
Adresa (birou)	str. G-ral Traian Moșoiu, nr.71, cod 400123, Cluj-Napoca, România
Telefon / Fax	0264 431505
E-mail	iancu@fspac.ro
Data nașterii	3 aprilie 1982

EXPERIENȚĂ PROFESIONALĂ

Data	2008 – prezent
Loc de muncă	Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării Universitatea „Babeș-Bolyai”, Cluj-Napoca
Profesia	Absolvent de Științe Politice
Ocupația	2008-2013 - Asistent universitar 2013-2017 - Lector universitar 2017- prezent – Conferențiar universitar
Activitatea principală	Activități didactice și de cercetare
Data	August 2007 – Mai 2008
Loc de muncă	Biroul de Informare pentru Investitori, Direcția Comunicare, Relații Publice și Turism, Primăria Cluj-Napoca
Ocupația	Inspector de specialitate
Activitatea principală	Activități de cercetare și informare
Data	Septembrie 2005 – Septembrie 2006
Loc de muncă	Centrul pentru Politici Publice (CENPO), Cluj-Napoca
Ocupația	Asistent de cercetare
Activitatea principală	Activități de cercetare

EDUCAȚIE

Anul	2016
Numele și tipul organizației	Universitatea „Babeș-Bolyai” Cluj-Napoca, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
Titlul obținut	Doctor Abilitat
Specializarea	Domeniul Științelor Comunicării, Școala Doctorală de Comunicare, Relații Publice și Publicitate
Titlul tezei	<i>From Rationality to Emotions in Media and Advertising Communication</i>
Anul	2007 – 2010
Numele și tipul organizației	Universitatea „Babeș-Bolyai” Cluj-Napoca, Facultatea de Sociologie și Asistență Socială
Titlul obținut	Doctor
Specializarea	Sociologie
Titlul tezei	<i>Fezabilitatea introducerii votului pe internet în România. Studiu de caz: Cluj-Napoca</i>

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

**ACTIVITATE
DIDACTICĂ**

Experiență profesională

CURSURI	SEMINARI	PROGRAM DE STUDIU	ANUL
Planificare și strategie publicitară	Planificare și strategie publicitară	Publicitate	III
Strategii de publicitate	Strategii de publicitate	Comunicare și Relații Publice	II
Proiecte publicitate	Proiecte publicitate	Publicitate	II
Introduction in advertising	Introduction in advertising	Journalism	III
Research Methods in PR and Advertising	Research Methods in PR and Advertising	Master of PR and Advertising	Master I
Creativity in PR and Advertising	Creativity in PR and Advertising	Master of PR and Advertising	Master II
Planificare și cercetare în publicitate	Planificare și cercetare în publicitate	Master Publicitate	Master I
Creativitatea în publicitate	Creativitatea în publicitate	Master Publicitate	Master II

ACTIVITATE ȘTIINȚIFICĂ

	Comunicare mediatică	Comunicare și Relații Publice, Publicitate	II
	Comunicare publicitară	Comunicare și Relații Publice, Publicitate	I
Teme de interes	<ul style="list-style-type: none"> - Neuromarketing - Emoțiile și mesajele subliminale în publicitate - Publicitatea inteligentă și Future Internet 		
Premii științifice acordate pentru lucrări	<p>Premiul internațional al <i>Journal for the Study of Religion and Ideologies</i> (ISI), 26 noiembrie 2014.</p> <p>Planul Național PN II (2007-2013), Resurse Umane, Premiarea rezultatelor cercetării - Ioana Iancu, Delia Cristina Balaban, Romanian Media Coverage on Bioethics. The Issue of Stem Cells, <i>Journal for the Study of Religions and Ideologies</i>, Vol.8, No.22, (Spring 2009): 24-37 (ISI), Cod CNCSIS 141.</p> <p>Planul Național PN II (2007-2013), Resurse Umane, Premiarea rezultatelor cercetării - Delia Cristina Balaban, Ioana Iancu, The Role of PR in Public Sector. Case Study on PR Professionalization at the Local Level in Romania, <i>Transylvanian Review of Administrative Sciences</i>, No.27 E/October 2009: 22-38 (ISI), Cod CNCSIS 1772.</p>		
Granturi de cercetare	<p>Analist piața muncii: Proiect POSDRU - Dezvoltarea spiritului antreprenorial și competente profesionale sporite pentru studenții din Regiunea Nord-Vest, ID: 136845, 2014-2015.</p> <p>Director de proiect: Granturi pentru Tineri Cercetători, Competiție internă Universitatea „Babeș-Bolyai”, 2013-2014, Titlul proiectului: „Impactul publicității inteligente. O analiză de neuromarketing”, Număr grant GTC_34023/2013.</p>		
Burse	2006-2007 – Bursă de studiu George Soros, Master of Arts in Political Science, Central European University (CEU), Budapest, Hungary.		
Membru în colective editoriale	<p>Editor - Digital Entrepreneurship and Global Innovation, IGI Global.</p> <p>Editor in chief – Journal of Media Research (Ebsco, Proquest și CEEOL).</p> <p>Editor International Students’ Conference on Communication, Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca</p>		
Referent științific	Computers in Human Behavior Journal (Elsevier)		
Conferințe și workshop-uri relevante	<p>2016 – 24-25 Octombrie. Ioana Iancu. <i>The Process of Advertising Technology to Elderly. PR Trend. Communication in a Changing Society</i>. Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania</p> <p>2015 – 26-27 Martie. Lorina Culic, Ioana Iancu, Anișoara Pavelea, <i>Why Should I Join a Students’ Club? The Motivation Behind Participating in Students’ Clubs</i>. Professional</p>		

Communication and Translation Studies International Conference, 9th Edition, Language and Communication in Digital Era, Politehnica University of Timisoara, Department of Communication and Foreign Languages.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Conferințe organizate

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

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

2016 - 19-20 Mai, International Students’ Conference on Communication, Advertising and Public Relations in the Smart Era, Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

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

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

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

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

**APTITUDINI ȘI
COMPETENȚE
PROFESIONALE**

Limba maternă Română

Limbi străine cunoscute

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

**COMPETENȚE ȘI
APTITUDINI DE
UTILIZARE A
CALCULATORULUI**

- Cunoștințe avansate în utilizarea SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)
- Atestat în informatică, acreditare profesională – analist programator: Microsoft Word, Excel, Power Point Presentation, Borland Pascal 7.0, Fox Pro.

**PERMIS DE
CONDUCERE**

Categoria B

Cluj-Napoca
Februarie 2017

Conf. univ. dr. Ioana Iancu



PUBLICAȚII

- Articole ISI** Delia Cristina Balaban, Mirela Abrudan, **Ioana Iancu**, Cosmin Irimies Online Communication and PR in Romanian Public Administration. The Case Study of Public Administration from Transylvania, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, no.47, E/2016: 20-34 (factor de impact 0,271).
- Ioana Iancu**, Delia Cristina Balaban, Religious Influences in Inaugural Speeches of US Presidents, *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, Vol. 12, Issue 34, Spring 2013: 101-125.
- Ioana Iancu**, Delia Cristina Balaban, Religion and Political Communication during Elections in Romania, *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, Vol.8, No.24, Winter 2009: 151-167.
- Delia Cristina Balaban, **Ioana Iancu**, The Role of PR in Public Sector. Case Study on PR Professionalization at the Local Level in Romania, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, No.27 E/October 2009: 22-38 (factor de impact 0,212).
- Ioana Iancu**, Delia Cristina Balaban, Romanian Media Coverage on Bioethics. The Issue of Stem Cells, *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, Vol.8, No.22, (Spring 2009): 24-37.
- Articole ISI Proceedings** **Ioana Iancu**, Intelligent Advertising. An Augmented Reality Perspective. SGEM Conference on Psychology & Psychiatry, Sociology & Healthcare Education, Conference Proceeding, Vol. II, Sociology and Healthcare (International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts, Albena, Bulgaria, 3-9 September, 2014): 447-455.
- Articole indexate în baze de date internaționale (BDI)** **Ioana Iancu**, The Perception of Young Adults on Intelligent Advertising. A Case Study on Romania. *Journal of Media Research*, Vol. 9, Issue 1 (24), 2016: 39-59 (EBSCO, CEEOL, ProQuest).
- Maria Mustatea, **Ioana Iancu**, Cultural Imperialism. Tool for the Dissolution of the Belongingness Feeling. *Journal of Media Research*, Vol.7, Issue 1-2 (18-19), 2014: 82-99 (EBSCO, CEEOL, ProQuest).
- Delia Cristina Balaban, **Ioana Iancu**, Meda Mucundorfeanu, Framing Obama's Reelection. A Comparative Analysis of German, French and Romanian Media Coverage, *Romanian Journal of Communication and Public Relation*, Vol. 16, No. 2(32), July 2014: 75-105 (EBSCO, CEEOL, ProQuest, DOAJ, Index Copernicus, Cabell's, and Genamics Journal Seek).
- Anișoara Pavelea, Lorina Culic, Flavia Topan, **Iancu Ioana**, Media Coverage of the Roșia Montana Protests, *Studia Ephemerides Journal*, Vol. 58 (LVIII), December 2013: 39-67 (CEEOL, Ebsco, ProQuest).
- Sonia Schiau, Iuliana Plitea, Alexandra Gușiță, Sandra Pjekny, **Ioana Iancu**, How Do Cartoons Teach Children? A Comparative Analysis on Preschoolers and Schoolchildren, *Journal of Media Research*, Vol. 6, Issue 3, 2013: 37-49 (EBSCO, CEEOL, ProQuest).

- Delia Cristina Balaban, Mirela Abrudan, **Ioana Iancu**, Ioana Lepădatu, Role Perception of Romanian Journalists. A Comparative Study of Perception in Local versus National Media, *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, Vol.12, No.1 (18), 2010: 9-25 (EBSCO, ProQuest, CEEOL, DOAJ, ERIH Plus etc.).
- Neacsiu Cristina, Delia Munteanu, Raluca Marcu, **Ioana Iancu**, Product Placement in Romanian Movies Produced After 1989, *Journal of Media Research*, Issue 3(8), 2010: 46-73 (EBSCO, CEEOL, ProQuest).
- Andra Hanta, **Ioana Iancu**, Social Representation of Happiness, *Journal of Media Research*, no.7, 2010: 12-38 (EBSCO, CEEOL, ProQuest).
- Delia Cristina Balaban, **Ioana Iancu**, Mihai Deac, Media in Teenagers' Daily Life. Particularities of Young Persons' Media Use in German Language High Schools in Transylvania, *Philobiblon*, Vol.XIV, 2009: 406-422 (EBSCO, ProQuest, Scopus).
- Bindea Adela, Seserman Angela, Bara Mihaela, **Ioana Iancu**, Tune Your Brand In. The Perfect Jingle Mix. *Journal of Media Research*, Issue 5, 2009: 101-112 (EBSCO, CEEOL, ProQuest).
- Ioana Mureșan (Iancu)**, Trust in Political Institutions in Central and Eastern Europe, *The Romanian Journal of Political Science*, Vol.6, No.1, 2006: 95-115 (EBSCO, CEEOL, IPSA etc.).
- Ioana Mureșan (Iancu)**, A Game Theoretical Perspective on Common Poll Resources The Problem of Central Heating System in Romania, *STUDIA Universitatis Babeș-Bolyai – Political Science Magazine*, Presa Universitară Clujeană, LI, 1, 2006: 35-57 (ProQuest – IBSS, CEEOL).
- Articole în conferințe internaționale** Lorina Culic, **Ioana Iancu**, Anișoara Pavelea, Why Should I Join a Students' Club? The Motivation Behind Participating in Students' Clubs. *Professional Communication and Translation Studies*, 9/2016.
- Ioana Mureșan (Iancu)**, Playing the Game of Heating Systems. The case of Romania, *CEU Political Science Journal*, Vol. 2, Issue 3, (September 2007), Central European University, Budapest, Hungary: 280-301 (EBSCO), Third CEU Graduate Conference in Social Sciences, "Challenges for CEE States in Enlarging EU and Globalizing World".
- Cărți** **Ioana Iancu**, Noi, consumatorii. Creierul și deciziile de cumpărare. Editura Accent, Cluj-Napoca, 2016 (ISBN: 978-606-561-161-0).
- Ioana Iancu**, Brandingul sensorial și creativitatea. Strategii eficiente de promovare în procesul decizional. Editura Accent, Cluj-Napoca, 2016 (ISBN: 978-606-561-162-7)
- Ioana Iancu**, Votul pe internet în România. Analiză și perspective, U.T. Press, Cluj-Napoca 2013 (ISBN: 978-973-662-797-2).

Cărți coordonate	<p>Ioan Hosu, Ioana Iancu (Ed.). Digital Entrepreneurship and Global Innovation, IGI Global, USA, 2016. (ISBN13: 9781522509530)</p> <p>Hosu, Ioan, Ioana Iancu, Anisoara Pavelea, Lorina Culic. Communication in Digital Era. Ed. Cluj-Napoca, Accent, 2016. (ISBN 978-606-561-157-3)</p> <p>Hosu, Ioan, Ioana Iancu, Empirical Perspectives on Communication, Cluj-Napoca, Accent 2015.</p> <p>Hosu Ioan, Iancu Ioana, Pavelea Anisoara, Culic Iulia Lorina, Perspective empirice asupra comunicării. Conferința Națională Studențească de Comunicare 2013, Cluj-Napoca, Accent, 2014.</p> <p>Delia Cristina Balaban, Ioana Iancu și Radu Meza (coord.), PR, Publicitate și New Media, Tritonic, 2009 (ISBN 978-973-733-374-2).</p>
Capitole de cărți	<p>Ioana Iancu. A Neuromarketing Perspective on Measuring Marketing Influence at the Unconsciousness Level. In Ioan Hosu and Ioana Iancu, Digital Entrepreneurship and Global Innovation, IGI Global, USA, 2016 (ISBN13: 9781522509530): 151-171.</p> <p>Ioana Iancu, 42 de termeni tratați, în Marian Petcu (coord.), Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați (DEC), Editura C.H. Beck, București 2014 (ISBN 978-606-18-0362-0).</p> <p>Ioana Iancu, Bogdan Iancu, Future Internet: Challenges and Opportunities in Advertising în Delia Balaban, Ioan Hosu and Meda Mucundorfeanu (Ed.), PR Trend. New Media Challenges and Perspectives, Hochschulverlag Mittweida, Germany, 2013 (ISBN 978-3-9815142-2-3): 15-33.</p> <p>Anișoara Pavelea, Lorina Culic, Flavia Topan, Iancu Ioana, Roșia Montană Protest. An Empirical Perspective, în Iulian Boldea (Coord), Studies on Literature, Discourse and Multicultural Dialogue, Section: Communication and Public Relations, Ed. Arhipelag XXI, 2013 (The International Scientific Conference. Literature, Discourse and Multicultural Dialogue, 1st Edition, The ALPHA Institute for Multicultural Studies, Târgu Mureș, Romania, 5-6 December 2013): 228-238.</p> <p>Balaban, Delia Cristina, Mirela Abrudan, Ioana Iancu. Utilizarea instrumentelor de PR online în administrația publică. Exemplul unor instituții publice din Transilvania, in Mora, Cristina/ Antonie, Raluca (coord.), Zilele cercetării: tendințe în cercetarea aplicată, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2012, 22-39.</p> <p>Mihaela Cornelia Frunza, Ioana Iancu, Sandu Frunza, Iulia Grad, Delia Balaban, Ovidiu Grad, Media Analysis of Romanian Debates on Presumed Consent – Ethical and Legal Aspects, în W. Weimar, M. A. Bos, J.J.V. Busschbach (Ed.), Organ Transplantation: Ethical, Legal and Psychosocial Aspects. Expanding the European Platform, Pabst Science Publishers, Lengerich, Germany 2011: 218-228, (ISBN 978-3-89967-639-6), based on the International Congress "Organ Transplantation: Ethical, Legal and Psychosocial Aspects. Expanding the European Platform" (Rotterdam, The Netherlands, April 2010).</p>

	<p>Ioana Iancu, Teoria alegerii raționale și teoria jocurilor, în Vasile Boari și Sergiu Gherghina (coord.), Studii Politice, vol.5, Centrul de Analiza Politică, Cluj-Napoca, Presa Universitară Clujeană, 2010: 317-358 (ISBN 978-973-595-166-5).</p> <p>Ioana Iancu, Internet-ul ca instrument politic, în Delia Cristina Balaban, Ioana Iancu și Radu Meza (coord.), PR, Publicitate și New Media, Editura Tritonic, 2009: 66-93 (ISBN 978-973-733-374-2).</p> <p>Ioana Mureșan (Iancu), Votul pe internet ca un mecanism de creștere a participării electorale. O perspectivă teoretică, în Vasile Boari și Sergiu Gherghina (coord.), Studii Politice, Vol.3, Centrul de Analiză Politică, Presa Universitară Clujeana, Cluj-Napoca 2008: 307-346 (ISBN 978-973-610-775-7).</p> <p>Ioana Mureșan (Iancu), Percepție și impact. O perspectivă a genului asupra publicității televizate, în Elena Abrudan și Delia Balaban (coord.), Jurnalism și Publicitate. De la idee la produsul media, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2007: 69-93 (ISBN 978-973-8915-50-3).</p>
Capitole traduse	<p>Ioana Mureșan (Iancu), capitolul 28 „Relațiile personale” (Hugh LaFollette), Peter Singer (Ed.), Tratat de etică, Editura Polirom 2006: 358-364 (ISBN 978-973-46-0243-8).</p>
Recenzii	<p>Ioana Iancu, Book Review: Brandwashed. Tricks companies use to manipulate our minds and persuade us to buy. By Martin Lindstrom. (Kogan Page Limited, UK, 2012), <i>Journal of Media Research</i>, Vol. 6, Issue 3, 2013 (EBSCO, CEEOL, ProQuest).</p>
Articole în reviste recunoscute CNCSIS	<p>Ioana Iancu, Facebook as a Way of Life, <i>Revista Transilvană de Științe ale Comunicării</i>, Vol.9, no.1 (17), 2013: 3-17.</p>

Cluj-Napoca
Februarie 2017

Conf. univ. dr. Ioana Iancu

