



## Delia Cristina BĂLAȘ (născută BALABAN)

☎ (+40) 0040264431505

✉ E-mail: [balaban@fspac.ro](mailto:balaban@fspac.ro) [delia.balas@ubbcluj.ro](mailto:delia.balas@ubbcluj.ro)

📘 Facebook : <https://www.facebook.com/delia.balaban.35>

🔍 Researchgate : [https://www.researchgate.net/profile/Delia\\_Balaban](https://www.researchgate.net/profile/Delia_Balaban)

🔗 ORCID : <https://orcid.org/0000-0003-3509-533X>

📍 Adresă : Cluj-Napoca (România)

### DESPRE MINE

---

Prof.dr. habil. Delia Cristina Bălaș (Balaban) Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate  
Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării  
Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca  
Str. Traian Moșoiu nr. 71  
Cluj-Napoca

### EXPERIENȚA PROFESIONALĂ

---

#### Preparator

**Universitatea Babeș-Bolyai (UBB) Cluj-Napoca** [ 02/2002 – 01/2003 ]

**Unitatea sau departamentul:** linia de studiu în limba germană  
Facultatea de Științe Politice și Administrative  
Catedra de jurnalism

#### Lector

**Universitatea Babeș-Bolyai (UBB) din Cluj-Napoca** [ 02/2003 – 01/2007 ]

Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării  
Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate

#### Directorul liniei de studiu germane a secției de Comunicare și Relații Publice

**Universitatea Babeș-Bolyai (UBB) din Cluj-Napoca** [ 10/2004 – 09/2011 ]

## Conferențiar

**Universitatea Babeș-Bolyai (UBB) din Cluj-Napoca** [ 2007 – 2013 ]

Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării

Departamentul de Comunicare Relații Publice și Publicitate

## Profesor universitar

**Universitatea Babeș-Bolyai (UBB) din Cluj-Napoca** [ din 04/2013 – ]

Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării

Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate,

## Directorul Scolii Doctorale Comunicare, Relații Publice și Publicitate

**Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării**

**Universitatea Babeș-Bolyai (UBB)** [din 09/2016 – ]

## EDUCAȚIE ȘI FORMARE PROFESIONALĂ

---

### Licențiat în Filosofie

**Facultatea de Istorie și Filosofie din cadrul Universității Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca** [ 1994 – 1998 ]

### Perioadă de cercetare postuniversitară

**Europa Universität Viadrina, Frankfurt (Oder), Fakultät für Kulturwissenschaften (Facultatea de Studii Culturale)** [ 11/1999 – 03/2000 ]

### Master interdisciplinar în domeniul Studii Europene

**Europa Universität Viadrina, Frankfurt (Oder)** [ 04/2000 – 01/2002 ]

### Studii doctorale

**Europa Universität Viadrina, Frankfurt (Oder)** [ 04/2000 – 05/2003 ]

**Domeniul de studiu:** *Dr. phil.*

**Lucrarea de doctorat :** *Infotainment. Informationsvermittlung und öffentliche Meinungsbildung in rumänischen Fernsehen (Infotainment. Informarea și formarea opiniei publice prin intermediul televiziunii în România)*

Obținerea titlului de doctor în filosofie (*magna cum laude*)

*Europa Universitat Viadrina, Frankfurt (Oder)* [ 28/05/2003 ]

Clasificare națională : atestat ca **doctorat în sociologie** de MECT

Suștinerea lucrării de abilitare și obținerea titlului de dr.habil. în domeniul științele comunicării

*Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca* [ 05/2014 ]

Obținerea calitătii de conducător de doctorat. în domeniul științele comunicării

*Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca* [ 2014 ]

## COMPETENȚE LINGVISTICE

---

Limba maternă : **română**

### **germană**

COMPREHENSIVNE ORALĂ : C2 CITIT: C2 SCRIS: C2

EXPRIMARE SCRISĂ : C2 CONVERSAȚIE: C2

### **franceză**

COMPREHENSIVNE ORALĂ : B2 CITIT: B2 SCRIS: B2

EXPRIMARE SCRISĂ : B2 CONVERSAȚIE: B2

### **engleză**

COMPREHENSIVNE ORALĂ : C2 CITIT: C2 SCRIS: C2

EXPRIMARE SCRISĂ : C2 CONVERSAȚIE: C2

### **spaniolă**

COMPREHENSIVNE ORALĂ : B2 CITIT: B2 SCRIS: B2

EXPRIMARE SCRISĂ : B2 CONVERSAȚIE: B2

## REȚELE ȘI AFILIERI

---

### **Director executiv, editor**

[ *Journal of Media Research*, Universitatea Babeș-Bolyai ] Editura

Accent (indexată EBSCO, ProQuest, CEEOL, ERICH+)

### **Membru**

[ Consiliul redacțional al Revistei Române de Comunicare și Relații Publice ]

**Revista Română de Comunicare și Relații Publice**, editată de SNSPA București, editura

Comunicare.ro, ( indexată Clarywate ECI, EBSCO, ProQuest, DOAJ)

### **Membru**

[ Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPUK), din 2008 – ]

### **Membru**

[ International Communication Association (ICA), din 2018 – ]

### **Membru**

[European Communication Research and Education Association (ECREA), din 2018 – ]

### **Membru**

[ American Academy of Advertising (AAA), din 2019 – ]

### **Membru**

[ European Advertising Academy (EAA), 2019 – ]

### **Membru**

[ CSUD UBB , 2016 – 2020; 2020-2024 ]

### **Membru al comisiei nr 25 CNATDCU.**

[2017 – 2020; 2020-2024 ]

## **ACTIVITATE DIDACTICĂ**

---

### **Introducerea unor programe de studiu noi la nivel licență și master**

[ 2005 – ]

Inițierea programului de **master în Publicitate**, zi, ulterior ID și respectiv FR la Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Catedra de Comunicare și Relații Publice

### **Inițierea programului de licență în Publicitate**

[ 2009 –]

Inițierea programului de **licență în Publicitate**, zi, la Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Catedra de Comunicare și Relații Publice

### **Introducerea unor cursuri noi**

*Comunicare mediatică*, CRP, Publicitate, anul 2, UBB, FSPAC, curs obligatoriu, din 2007

*Comunicare publicitară*, CRP, Publicitate, anul 1, UBB, FSPAC, curs obligatoriu, din 2003

*Tehnici de promovare în mass-media*, CRP, Publicitate, anul 3, UBB, FSPAC, curs obligatoriu, din 2003

*Elemente de comunicare vizuală în publicitate*, CRP, Publicitate, anul 2, UBB, FSPAC, curs opțional din 2007

*Instrumente BTL*, Master Publicitate, UBB, FSPAC, curs obligatoriu din 2007

*Campanii și strategii de publicitate*, Master Publicitate, UBB, FSPAC, curs obligatoriu din 2009

*Teorii ale comunicării*, curs obligatoriu din 2016 curs nivel doctoral Școala Doctorală Comunicare, Relații publice și Publicitate

## **ACTIVITATE INTERNAȚIONALĂ**

---

### **Profesor visiting la Universitatea de Științe Aplicate din Mittweida, Germania**

[ 2007 – 2020 ]

Profesor visiting la Universitatea de Științe Aplicate din Mittweida, Germania 2007-2020 titular de curs, inclusiv evaluarea studenților pentru cursurile *Medienwissenschaft*, *Einführung in der Kommunikationswissenschaft*

Septembrie 2022- Februarie 2023- profesor visiting

Grant al Ministerului Educației din Landul Saxonia

**Profesor visiting la Universitatea de Științe Aplicate din Hannover, Germania**

[ 2008 – 2012 ]

Profesor visiting la Universitatea de Științe Aplicate din Hannover, Germania 2008-2012, titular de curs, inclusiv evaluarea studenților pentru cursurile *Medienwissenschaft, Einführung in der Massenkommunikationsforschung, Mediensysteme in Europa, Markenkommunikation, International PR*

**Profesor invitat la Universitatea Paul Vallery Montpellier, Franța**

[ 11/2012 ]

**PROIECTE DE CERCETARE-DEZVOLTARE PE BAZĂ DE CONTRACT/GRANT, NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE (SELECȚIE)**

---

**Participant în cadrul proiectului Evaluarea reformei serviciilor publice din România**

*Evaluarea reformei serviciilor publice din România*, derulat de Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, UBB, CEEX, modul 2

**Participare în echipa de implementare a proiectului Universitate pentru viitor în societatea comunicării, UBB în calitate de partener**

[ 2011 – 2013 ]

Cod Proiect: POSDRU/89/1.5/S/64075 (2011-2013)

**Expert evaluator în cadrul proiectului Phare Adaptarea activă a educației universitare la cerințele pieței muncii**

[ 2009 ]

**Expert formator în cadrul proiectului Convergența pregătirii universitare cu viața activă – 4304, POSDRU/ 7/2.1/S**

[ 2009 – 2011 ]

**Expert în cadrul proiectului DOCIS, beneficiar ACPART**

[ 2009 ]

**Participare la proiectul internațional de cercetare al Center for Advanced Eastern European Studies (CACES), Medientransformationsprozesse, Gesellschaftlicher Wandel und Demokratisierung in Südosteuropa**

[ 10/2000 – 07/2001 ]

(trad. *Procese de transformare mass-media, transformare socială și democratizare în sud-estul Europei*), octombrie 2000-iulie 2001 (finanțare Europa Universităt-Viadrina, Frankfurt (Oder), Germania și Otto Wolf Stiftung, proiect obținut prin concurs de director prof. dr. Hartmut Schröder de la universitatea germană menționată).

## **Participare la proiectul internațional de cercetare al Transformation der Bildschirmmedien in West- und Osteuropa im Vergleich**

[ 03/2002 – 12/2002 ]

(trad. *Transformarea mijloacelor de comunicare vizuală în vestul și în estul Europei în comparație*), martie - decembrie 2002 (finanțare Europa Universitat-Viadrina, Frankfurt (Oder), Germania și Otto Wolf Stiftung, proiect obținut prin concurs de director prof. dr. Eckhard Hofner de la universitatea germană menționată).

## **Coordonator al proiectului conferințelor internaționale realizate în cooperare cu Fundația Hanns Seidel**

[ din anul 2004 ]

Germania, *PR Trend* din 2004 (12 ediții ale conferinței)

## **Partener regional al programului de dezvoltare profesională pentru tinerii jurnaliști cu cunoștințe de limbă germană din România al MedienCampus Bayern**

[ 2003 – 2010 ]

Germania din anul 2003-2010, finanțator landul Bavaria, Germania.

## **Membbru în echipa de management a proiectului European de tip COST oc-2013-1-14839 Populist Political Communication in Europe : Comprehending the Challenge of Mediated Political Populism**

[ 2013 ]

## **BURSE DE STUDIU ȘI CERCETARE ÎN STRĂINĂTATE**

---

### **Bursă de cercetare Fundația Hanns Seidel, la Europa Universitat-Viadrina, Frankfurt (Oder), Germania**

[ 11/1999 – 03/2000 ]

### **Bursă doctoranla Fundația Hanns Seidel, la Europa Universitat-Viadrina, Frankfurt (Oder), Germania.**

[ 04/2000 – 03/2002 ]

### **Participare la sesiunea de pregătire Curriculum Reaserch Center Central European University, Budapesta**

[ 03/2003 ]

### **Bursier IPP al parlamentului german**

[ 03/2004 – 07/2004 ]

### **Cercetător invitat la Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Ludwig-Maximilian-Universitat, München, Germania, finanțare Fundația Hanns Seidel.**

[ 02/2005 – 03/2005 ]

### **Cercetător invitat la Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Ludwig-Maximilian-Universitat, München, Germania, finanțator DAAD**

[ 09/2006 – 10/2006 ]

### **Cercetător invitat la Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Ludwig-Maximilian-Universitat, München, Germania, finanțator DAAD**

[ 08/2010 – 09/2010 ]

**Bursă postdoctorală în cadrul programului POSDRU Rețea transnațională de management integrat al cercetării postdoctorale în domeniul Comunicarea științei. Construcție instituțională (școală postdoctorală) și program de burse (CommScie) POSDRU/89/1.5/ [ 07/2011 – 06/2012 ]**

**Fulbright Visiting Scholar Grady College of Journalism and Mass Communication, University of Georgia Athens, SUA**  
[ 02/2020 – 04/2020 ]

## **LISTA DE PUBLICAȚII**

---

### **Articole în reviste indexate *Web of Science* cu factor de impact**

Vincze, O.H., & Balaban, D.C. (2024). The Evolution of Crisis Frames in the Institutional Communication of the European Commission (2003–2022), *Media and Communication*, 12, 1-19. <https://doi.org/10.17645/mac.7778> (publicatie Q2 WoS)

Bene, M., Magin, M., Haßler, J., Russmann, U., Lilleker, D., Kruschinski, S., Jackson, D., Fenoll, V., Farkas, X., Baranowski, P., & Balaban, D. (2023). Populism in Context: A Cross-Country Investigation of the Facebook Usage of Populist Appeals During the 2019 European Parliament Elections. *The International Journal of Press/Politics*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/19401612231196158> (publicatie Q1 WoS)

Szambolics, J., Malos, S., and Balaban, D.C. (2023). Adolescents' Augmented Reality Filter Usage on Social Media, Developmental Process, and Well-Being, *Media and Communication*, 11(4), ahead of print. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i4.7016> (publicatie Q2 WoS)

Zeru, F., Balaban, D.C. and Bargaoanu, A. (2023). Beyond Self-Presentation. An Analysis of the Romanian Governmental Communications on Facebook. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, Issue No. 70 E/October. <http://dx.doi.org/10.24193/tras.70E.8>

Evans, N.J., Balaban, D.C., Naderer, B., and Mucundorfeanu, M. (2022). How the Impact of Social Media Influencer Disclosures Changes over Time. Discounting Cues and Exposure Level Can Affect Consumer Attitudes and Purchase Intention. *Journal of Advertising Research*. <http://doi.org/10.2501/JAR-2022-023> (publicatie Q2 WoS)

Balaban, D.C., Szambolics J., and Chirică, M. (2022). Parasocial relations and social media influencers' persuasive power. Exploring the moderating role of product involvement, *Acta Psychologica*, [Volume 230](https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103731), 103731, <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103731>

Bene, M., Magin, M., Jackson, D., Lilleker, D.G., Balaban, D.B., Baranowski, P., Hassler, J., Kruschinski, S. and Russman, U. (2022). The Polyphonic Sounds of Europe: Users' engagement with parties' European-focused Facebook posts during the 2019 EP Election. *Politics and Governance* 10(1), 108-120. <https://doi.org/10.17645/pag.v10i1.4700> (publicatie Q2 WoS)

Vincze, H.O. and Balaban, D.C. (2022). Between Conflict and Solidarity: Pandemic Media Coverage of Romanian Intra-EU Labour Migrants, *Media and Communication*, 10(2), 265-275. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i2.5014> (publicatie Q2 WoS)

Balaban, D. C. and Szambolics, J. (2022). A Proposed Model of Self-Perceived Authenticity of Social Media Influencers, *Media and Communication*, 10(1), 235-246. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4765> (publicatie Q2 WoS)

Balaban, D. C., Mucundorfeanu M., and Muresan, L.I. (2022). Adolescents' Understanding of the Model of Sponsored Content of Social Media Influencer Instagram Stories, *Media and Communication*, 10(1), 305-316. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4652> (publicatie Q2 WoS)

Balaban, D.C., Mucundorfeanu M., and Naderer, B., (2021). The Role of Trustworthiness in Social Media Influencer Advertising: Investigating Users' Appreciation of Advertising Transparency and Its Effects. In *Communications: The European Journal of Communication Research*, online first December 17, 2021 <https://doi.org/10.1515/commun-2020-0053>

Balaban, D.C. and Huțuleac, V., (2021). Public Measures to Deal with the Negative Effects of intra EU Migration. Case Study: The Suceava County, Romania, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 62E/2021, 5-21. 10.24193/tras.62E.1

Vincze, O. H., Meza R., and Balaban, D. C., Frame Variation in the News Coverage of the Refugee Crisis: The Romanian Perspective, *Eastern European Politics and Societies: and Culture*, Online 28 February 2020. <https://doi.org/10.1177/0888325419890665> (publicatie Q2 WoS)

Balaban D. C., Abrudan M. C., Iancu I., and Irimieș C. (2016). Online Communication and PR in Romanian Public Administration. The Case Study of Public Institutions from Transylvania, *Transylvanian Review of Administrative Science*, nr. 47E/February, 20-34.

Balaban, D. C. and Iancu, I. (2009). *The Role of PR in the public sector. Case Study on Professionalization of PR at the local level in Romania*, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, nr. 27E/October/2009, 22-38.

#### **Articole în reviste indexate în BDI:**

Amrhein C. and Balaban, D. C. (2024). The effectiveness of 360° videos for environmental communication. Exploring the impact of different types of storytelling, *Computers in Human Behavior Reports*, 100368, <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100368>.

Balaban, D. C. and Mustățea, M. (2021). Privacy Concerns in Mobile Communication. A User's Perspective. *Philobiblon*, XXVI, 1, 101-114. 10.26424/philobib.2021.26.1.06

Nedelcu, D. and Balaban, D.C. (2021). The Role of Source Credibility and Message Credibility in Fake News Engagement. Perspectives from an Experimental Study. *Journal of Media Research*, 14, 3(41), 42-62. 10.24193/jmr.41.3

Balaban, D. C., Iancu, I., Mustățea, M., Pavelea, A., and Culic, L. (2020). What Determines Young People to Follow Influencers? The Role of Perceived Information Quality and Trustworthiness on Users' Following Intentions, *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22, 3 (51), 5-19. <https://doi.org/10.21018/rjcp.2020.3.306>

Balaban, D. C. and Racz R. (2020). Social Media Influencer Advertising versus Advertising on Social Media Account of a Brand. Evidence from an Experimental Design, *Journal of Media Research*, 13, 3(38), 45-54. DOI: 10.24193/jmr.38.3

Palade, I., and Balaban, D. C. (2020). An Analysis of COVID-19– Related Fake News from Romania. A Pilot Qualitative Study, *Journal of Media Research*, Vol. 13 Issue 2(37), 27- 43. DOI: 10.24193/jmr.37.2

Balaban, D. C., and Spoaller, D. F. (2020). How social comparison on Instagram affects well-being. Perspectives from a study conducted during lockdown, *Studia UBB Ephemerides*, LXV 2, 5-19. DOI:10.24193/subbeph.2020.2.01

Huțuleac, V. M., and Balaban, D. C. (2019). Digital Media Literacy of Children with Parents Working Abroad. Case Study of the Romanian Northeastern Area, *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 36-54. <https://doi.org/10.21240/mpaed/35/2019.10.18.X>

Balaban, D. C., and Mustățea, M. (2019). Users' Perspective on the Credibility of Social Media Influencers in Romania and Germany, *Romanian Journal of Communication And Public Relations*, 21 (1), 31-46. <https://doi.org/10.21018/rjcp.2019.1.269>

Balaban, D. C., Constantinescu S., and Mustăța M. (2018). Credibility and Freedom of Choice in Social Media in Relation with Traditional Media, *Journal of Media Research*, 11, 3 (32), 24-34.

Iancu Ioana-Raluca, Balaban Delia-Cristina, (2013). Religious Influences in Inaugural Speeches of US Presidents, *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 12(34) Spring, 101-125.

Balaban Delia-Cristina, Meyen Michael (2011). Role Perception of Eastern European Journalists. A Qualitative Analysis, *Revista Română de Comunicare și Relații Publice*, 87-98.

Balaban D. C., and Mucundorfeanu M. (2010). *Using Media in the Foreign Language. Case Study Media Use of the Students of the Babes-Bolyai University Romania*, *Essachess*, 177-190.

Balaban D.C., Deac M.-F., Iancu I-R. (2009). Media in Teenagers' Daily Life. Particularities of Young Persons' Media Use in German Language High Schools in Transylvania, *Philobiblon*, 406-422.

Iancu I. and Balaban D. C. (2009). *Romanian Media Coverage of Bioethics. The Issue of Stem Cells* in *Journal of Study of Religions and Ideologies* 8 (22), Spring 24-37.

Iancu I. and Balaban D. C. (2009). *Religion and Political Communication during Elections in Romania*, in *Journal of Study of Religions and Ideologies*, 8(24), Winter, 151-167.

Balaban D. C. and Ten Doornkaat I. (2009). *Efficiency in International PR. Case Study "The Best Job in the World"*, *Revista Română de Comunicare și Relații Publice*, 27-34

#### **Articole publicate in reviste:**

Balaban D.C., Abrudan M. C., Iancu I. R., Lepădatu, I. (2010). *Role Perception of Romanian Journalists. A Comparative Study of Perception in Local versus National Media*, *Revista Română de Comunicare și Relații Publice*, 9-25

Baltarețu, C. And Balaban, D. C. (2010). *Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students. A Qualitative Approach*. *Journal of Media Research*, 6(1), 67-74

Crisan, L., Timis, G., and Balaban, D. C. (2010). *Medialisierung des Sports. Fallstudie Cluj-Napoca (Medializarea în sport. Studiu de caz Cluj-Napoca)*. *Journal of Media Research*, 7(2), 3-11

Balaban, D. C. and Lepădatu I. (2009). *Media Use by Children in the Rural Area. Case Study of the Village Berindu in the Cluj County*, *Studia Ephemerides*, 2, 75-84.

Balaban, D. C., Abrudan M., and Magyari N. (2009). *Cazul Mailat în presa britanică*, *Revista Română de Jurnalism și Comunicare*, 1-2, 20-26.

Balaban, D. C., *Teorii despre efectele publicității. Aspecte introductive cu privire la neuromarketing*, *Studia Ephemerides*, 1, 111-115.

Balaban, D. C. (2008). *The Framing or the Interpretation Frames Theory*, *Journal of Media Research*, 2.8-12.

Balaban, D. C. (2008). *Einzelne Medientheoretiker. Werk und wichtigste Ideen (Teoreticienii media. Operă și cele mai importante idei)*, *Studia Ephemerides*, 1, 3-8.

Balaban D. C. (2008). *Locul și rolul media în viața pensionarilor români. Considerații despre comportamentul media al pensionarilor*, *Revista Română de Jurnalism și Comunicare*, 1-2, 42-46.

Balaban D. C. (2005). *Identitatea corporativă*, *Studia Ephemerides*, 109-114.

Balaban D. C. (2004). *Noțiuni de bază în publicitate: Mixul comunicațional*, *Studia ephemerides*, 1.65-70.

Balaban D. C. (2003). *Spațiul public, opina publică*, *Studia Ephemerides*, 15-22.

Balaban D. C. (2003). *Public Relations vs. Öffentlichkeitsarbeit, o dezvoltare istorică paralelă a conceptelor*, *Studia Ephemeredes*, 111-119.

Balaban D. C. And Jedenak R. (2003). *Conceptul de imagine. De la psihologia socială la relațiile publice*, *Revista Română de Jurnalism și Comunicare*, 4, 35-40.

Balaban D. C. (2002). *Teoria convergenței ofertei de televiziune în sistemul dual, o posibilă explicație pentru dezvoltarea contemporană a programelor de televiziune*, *Studia Ephemeredes*, 37-43.

#### **Cărți de unic autor:**

Balaban Delia-Cristina (2021; 2009). *Publicitatea. De la planificarea strategică la implementarea media*, Iași: Editura Polirom, ediția a 3-a revizuită și adăugită, ISBN: 978-973-46-8532-5.

Balaban, Delia Cristina (2014). *Aspect of Media and Advertising Reserach*, Cluj-Napoca: Accent, ISBN: 978-606-561-115-3.

Balaban Delia-Cristina (2009). *Comunicare mediatică*, București: Tritonic, ISBN: 978-973-733-313-1

Balaban Delia-Cristina (2006). *Informationsvermittlung und oeffentliche Meinungsbildung im Rumaeninschen Fernsehen*, ediția a doua revizuită și adăugită, Hochschulverlag Mittweida, 2006, ISBN: 398095986-4. (Volumul de mai sus este indexat în cel puțin 12 biblioteci Karlsruhe Virtual Catalog KVK )

Balaban Delia-Cristina (2005). *Comunicare publicitară*, Cluj-Napoca: Accent, ISBN: 973-8445-80-9

Balaban Delia-Cristina (2003). *Perspective asupra televiziunii în România*, Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, ISBN: 973-610-129-0.

#### **Cărți cu mai multi autori:**

Balaban, Delia Cristina și Deac, Mihai (2007). *Strategie și creativitate publicitară*, Cluj-Napoca, Accent.

#### **Capitole în volume colective:**

Lilleker, D.G., Bene, M., Balaban, D.C., Fenoll, V. and Kruschinski, S. (2022). Populism, Its Prevalence, and Its Negative Influence on Democratic Institutions in Dolors Palau-Sampio, Guillermo López García, and Laura Iannelli, *Contemporary Politics, Communication, and the Impact on Democracy*, pp. 153-170, DOI: 10.4018/978-1-7998-8057-8.ch009

Lilleker D.G. and Balaban D.C. (2021). Populism on Facebook. In: Haßler J., Magin M., Russmann U., Fenoll V. (eds) *Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election. Informing, Interacting with, and Mobilising Voters*. pp. 267-282. Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-73851-8\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-030-73851-8_17)

Balaban D.C., Stoica M.S., Mucundorfeanu M. (2021). Romania: Internal Affairs Set the Agenda of the 2019 EP Election Campaign. In: Haßler J., Magin M., Russmann U., Fenoll V. (eds) *Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election. Informing, Interacting with, and Mobilising Voters*. pp.187-200, Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-73851-8\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-030-73851-8_12)

Balaban, D. C., Mogoș, A., and Hamlin R. (2021). Higher Education and Europeanization. Case Study: International Incoming Students at Babeș-Bolyai University, in Georgiana Udrea and Loredana Vladu (eds), *Patterns of Europeanization in Central and Eastern Europe*, pp. 53-62, Bucharest: Comunicare.ro.

Balaban, D. C. (2021). Social media influencerii și rolul lor în publicitate, in Delia Cristina Balaban, and Julia Szambolics (eds.) *Social media influencerii și rolul lor publicitar*, pp. 17-40, Editura Tritonic, București.

- Roiban, L. A., Balaban, D. C., and Szambolics, J. (2020). The Romanian presidency of the Council of the European Union and the country's image. Results from a content analysis of the international media, in Cristina Hintea, Bianca Radu, and Raluca Suci (eds). *Collaborative Governance, Trust Building and Community Development, Conference Proceedings Transylvanian International Conference in Public Administration*, pp.407-414, Cluj-Napoca: Accent Publishing House.
- Delia C. B. (2020). Understanding Populism. Views from Romanian Politicians and Journalists, in Agnieszka Stepinska (ed.), *Populist Political Communication across Europe: Contexts and Contents*, p.57-70, Peter Lang, Berlin.
- Palade, I. and Balaban, D. C. (2020). Fake News. Health Related Fake News and HPV Related False Information, in Balaban, Delia Cristina, Hosu, Ioan and Voinea, Andreea Nicoleta (eds.) *Communication. It's about platforms*, pp. 48-60, Cluj-Napoca: Accent Publishing House.
- Mustățea, Maria, and Balaban, Delia Cristina (2019). News sharing on social media platforms. Theoretical Approaches, in Ioana Iancu, Delia Cristina Balaban, and Ioan Hosu (eds.), *Communication. Strategic perspectives*, pp. 66-80, Cluj-Napoca: Publishing House.
- Mucundorfeanu, M., and Balaban, D. C. (2019). #Romania100. How Public Institutions Communicated the Celebration of the National Day in 2018 on Facebook in Haruța C, Hințea, C.M, and Moldovan, O. (eds), *Sustainable Development and Resilience of Local Communities and Public Sector Organizations, Conference Proceedings Transylvanian International Conference in Public Administration*, pp.423-438, Cluj-Napoca: Accent Publishing House.
- Balaban, D. C., and Barb, C. (2018). Steps in the development of creative industries in Cluj-Napoca. Case study Transylvania International Film Festival in Hintea Cristina, Moldovan Bordan, Radu Bianca, and Suci Raluca (eds.), *Transylvanian International Conference in Public Administration*, pp.45-56, Cluj-Napoca: Accent Publishing House.
- Corbu, N., Balaban-Balas, D., and E. Negrea-Busuioc (2017). Romania. Populist Ideology Without Teeth, in Toril Aalberg, Frank Esser, Carsten Reinemann, Jesper Strömbäck, and Claes H. de Vreese *Populist Political Communication in Europe*, p.326-338, Routledge.
- Frunza, M.C., Iancu, I., Frunza, S., Grad, I., Balaban, D., and Grad, O. (2011). Media Analysis of Romanian Debates on Presumed Consent – Ethical and Legal Aspects in W. Weimar, M. A. Bos, J. J. Busschbach (eds.) *Organ Transplantation: Ethical, Legal and Psychosocial Aspects, Vol. II Expanding the European Platform*, Pabst Science Publishers, pp. 218-228, Lengerich, ISBN 978-3-89967-639-6.
- Hilmer, L. and Balaban, D. C. (2009). Marketingul viral, in: Balaban, Delia Cristina, Iancu, Ioana, and Meza, Radu, *PR, publicitate si new media*, pp.127-142, Editura Tritonic, Bucuresti, ISBN 9789737333742.
- Balaban, D. C. (2001). Das Ende des Fernsehzeitalters? Interaktion der Teilsysteme in der rumänischen Mediengesellschaft (Sfârșitul erei televiziunii? Interacțiunea sistemelor în societatea media din România), în: Hartmut Schröder and Ursula Bock (Hrsg.): *Semiotische Weltmodelle*, pp. 48-57, Lit, Münster, ISBN 978-3-8258-1133-4.
- Balaban, D. C. and Abrudan, M. (2008). Provocări contemporane în lumea brandurilor, in *PR Trend III*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2008, p.61-73, ISBN 978-973-8915-66-4.
- Abrudan, M. and Balaban, D. C. (2009). Brands and New Media. Swarm Marketing and Online Social Networks, in Balaban Delia Cristina, Hosu, Ioan, *Medien, PR Trend. Society and Communication*, pp.284-293, Mittweida Hochschulverlag, ISBN 978-3-9812499-3-4.
- Balaban, D. C. (2008). *Publicitate versus Relații Publice*, în *Tendențe în relații publice și publicitate. Planificare strategică și instrumente*, pp.9-25, Editura Tritonic, București, ISBN 978-973-733-278-3.
- Balaban, D. C. and Petre, D. (2008). Vom Planwirtschaft zum Cannes Lions. Zur Professionalisierung der Werbung in Rumänien (De la economia planificată la premiile Lions de la Cannes. Profesionalizarea Publicității în România), in Balaban Delia Cristina and Rus Flaviu Calin, *Medien, PR und Werbung in Rumänien*, pp.203-210, Mittweida Hochschulverlag, ISBN 978-3-9809598-0

Balaban, D. C. (2007). Product placementul, favoritul producțiilor TV românești în Balaban, D.C., Rus, F.C.(coord), *PR Trend. Teorie și practică în relații publice și publicitate II*, pp. 167-173, Editura Tritonic, București, ISBN 978-973-733-125-0,.

Balaban, D. C. (2006). *Comunicare mediatică*, în Marga Andrei, Mureșan, Marius, Ștefan Minică, Rus, Flaviu Călin, Mihaela Luțaș, Lazăr, Dan, Balaban, Delia Cristina, Chereji Christian-Radu, Mureșanu, Iustin, *Științe ale comunicării, note de curs*, pp. 247-273, Editura Accent, ISBN (10) 973-8915-06-6.

Balaban, D. C. (2006). *Elemente de comunicare publicitară BTL și implementarea mediatică a campaniilor publicitare*, în Marga Andrei, Mureșan, Marius, Ștefan Minică, Rus, Flaviu Călin, Mihaela Luțaș, Lazăr, Dan, Balaban, Delia Cristina, Chereji Christian-Radu, Mureșanu, Iustin, *Științe ale comunicării, note de curs*, pp. 345-404, Editura Accent, ISBN (10) 973-8915-06-6.

Balaban, D. C. (2005). Publicitatea și posibilele ei efecte asupra copiilor în Balaban, D.C., Rus, F.C.(coord), *PR Trend. Teorie și practică în relații publice și publicitate*, pp.85-92, Editura Accent, ISBN 978-973-733-125-0

Balaban, D. C. (2005). Teorii și efecte ale comunicării de masă, în Rus, Flaviu, Călin, Chereji, Christian-Radu, Mureșanu, Iustin, Hosu, Ioan, Radu Cristian, Beța, Margareta, *Științe ale comunicării, note de curs*, pp. 99-267, Editura Accent, ISBN 973-8445-93-0.

Balaban, D. C. (2005). Tehnici de promovare în mass-media, în Rus, Flaviu, Călin, Chereji, Christian-Radu, Mureșanu, Iustin, Hosu, Ioan, Radu Cristian, Beța, Margareta, *Științe ale comunicării, note de curs*, p.317-378, Editura Accent, ISBN 973-8445-93-0.

Balaban, D. C. (2003). Die Entwicklung der Fernsehlandschaft nach der Wende in Rumänien (Dezvoltarea Televiziunii în România după Revoluție), in Busch, Panasiuk, Schröder (Hrsg.): *Medientransformationsprozesse, Gesellschaftlicher Wandel und Demokratisierung in Südosteuropa*, pp.315-332, Peter Lang Verlag, Frankfurt (Main), ISBN 3-631-50571-X.

#### **Volume coordonate:**

Balaban, D.C. and Szabolcs, J. (2021). *Social media influencerii și rolul lor publicitar*, Editura Tritonic, București.

Balaban, D.C., Nistor, C., and Voina, A. (2021). *Media și comunicare în era digitală*, Editura Accent, Cluj-Napoca.

Balaban, Delia Cristina, Hosu, Ioan, and Voina, Andreea Nicoleta (eds.) (2020). *Communication. It's about platforms*, Cluj-Napoca: Accent Publishing House.

Iancu, Ioana, Balaban, Delia Cristina, and Hosu Ioan (eds.), (2019). *Communication. Strategic perspectives*, Cluj-Napoca: Accent Publishing House.

Balaban, Delia Cristina, Hosu, Ioan (2009). *PR Trend. Societate și comunicare*, Tritonic, București.

Balaban, Delia Cristina, Iancu Ioana, Meza Radu (2009). *PR, Publicitate și New Media*, Editura Tritonic, București.

Balaban, Delia Cristina, Abrudan, Mirela Codruța, Câmpian Veronica (2008). *Aspekte der Medien- und Werbekommunikation*, Accent, Cluj-Napoca.

Balaban, Delia Cristina, Abrudan, Mirela Codruța (2008). *Tendențe în relații publice și publicitate. Planificare strategică și instrumente*, Editura Tritonic, București.

Balaban, Delia Cristina, Rus Flaviu Calin (2008). *Medien, PR und Werbung in Rumänien*, Mittweida Hochschulverlag, 2008.

Abrudan, Elena, Balaban, Delia Cristina (2007). *Jurnalism și publicitate. Dela idee la produsul media*, Accent Cluj-Napoca.

Balaban, Delia Cristina, Rus Flaviu Calin (2007). *PR Trend. Teorie si practica in relatii publice si publicitate*, editura Tritonic, Bucuresti.

Balaban, Delia Cristina, Rus Flaviu Calin (2005). *PR Trend. Teorie si practica in relatii publice si publicitate I*, Accent, Cluj-Napoca.

#### **Recenzii:**

Review: Claudia Mellado (ed.) (2020). *Beyond Journalistic Norms. Role Performance and News in a Comparative Perspective*. New York, Routledge, *Central European Journal of Communication*, 1 (28) · SPRING 2021, p.145-148 DOI: 10.51480/1899-5101.14.1(28).9

Balaban, D.C. (2021). Technology, Development, and the Competition for Supremacy, *Romanian Journal of Communication and PR*, 23(2), 63-66. DOI: <https://doi.org/10.21018/rjcp.2021.2.327>

Balaban, D.C. (2013). A theoretical and empirical approach on Corporate Social Responsibility and Public Relations in Romania, *Journal of Media Research*, vol. 6 issue 1(15), 69-70.

Balaban, D.C. (2013). Communication and the EU. A complex approach in times of crisis, *Journal of Media Research*, vol. 6 issue 1(15), 63-65.

Balaban D.C. (2010). Myths, archetypes and stereotypes in contemporary Romanian advertising communication, *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 9/26 Summer, 244 – 248.

Balaban, D. C. (2008). Management Marketing. Cultura, Organizational and Decisional Influences, *Journal of Media Research*, 123-124.

Balaban, D.C. (2008). Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung (Efectele media. Un volum introductiv), *Journal of Media Research*, Nr.2, 125.

Delia Cristina Bălaș (Balaban)