



ROMÂNIA
UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI CLUJ-NAPOCA

Str. Mihail Kogălniceanu, nr. 1, 400084 Cluj-Napoca
Tel. (00) 40 - 264 - 40.53.00*; 40.53.01; 40.53.02 ; 40.53.22
Fax: 40 - 264 - 59.19.06
E-mail: staff@staff.ubbcluj.ro

RECTORATUL

Universitatea Babeș-Bolyai Competiția Excelenței 2010

Dosar individual

Notă: Toate datele se referă la perioada 2005-2009

Nume, prenume, grad did.	SZAMBOLICS JULIA, ASIST. UNIV.
Facultatea, Catedra	Facultatea de stiinte politice, administrative si ale comunicarii Catedra de jurnalism, linia germana
Domeniul științific	Jurnalism
Adresa paginii web personale	www.polito.ubbcluj.ro/germana/personen_html .
Adresa e-mail	julia.szambolics@yahoo.com

Criteriaul I – Output

1. Articole științifice publicate în reviste indexate ISI (cu menționare factorului de impact în cazul celor cotate)

nu

2. Articole științifice publicate în ISI proceedings

nu

3. Articole științifice indexate în BDI (din lista CNCISIS)

Szambolics, Julia: *Elemente der Werbepsychologie, Journal of Media Research*, No. 3/2009, p.96-102

Szambolics, Julia: *Rebranding Gericom, STUDIA EPHEMERIDES*, Ediția nr.2 din 2009, p.85-94.

4. Alte articole științifice/capitole publicate în reviste/volume cu referenți (peer-reviewed)

Szambolics, Julia: Kap. *Die Wirkung der Anwesenheit von Kindern in der Werbung*, Aspekte der

Szambolics, Julia: *Visuelle, musikalische und sprachliche Elemente eines Werbespots*, Revista Transilvană de Științe ale Comunicării, Editura Accent, Cluj-Napoca, Nr. 6/2008, p.

Numele articolului tau!!!!in Werbe- und Medienkommunikation. Fallbeispiele, Coordonatori: Balaban Delia, Abrudan Mirela, Câmpian Veronica, Editura Accent, pp. 169-209, pg. 40, 2008

5. Cărți științifice publicate în edituri internaționale

nu

6. Cărți științifice publicate în edituri naționale acreditate

nu

7. Editor de volume publicate în edituri naționale și internaționale

nu

8. Brevete internaționale

nu

9. Brevete naționale

nu

10. Impact tehnologic al brevetelor: resurse financiare extrabugetare atrase în relație cu economia

11. Realizări artistice naționale și internaționale (Domeniul Arte)

(Expoziții, spectacole, concerte, publicații, filme, înregistrări)

Criteriul II – Prestigiu profesional

1. Citări ale articolelor ISI listate la Criteriul I

nu

2. Alte citări ale lucrărilor listate mai sus

nu

3. Citări în perioada 2005-2009 ale articolelor anterioare anului 2005

nu

4. Distincții, premii și alte recunoașteri naționale și internaționale

nu

5. Studenți naționali atrași (activități de coordonare științifică și didactică)

- Îndrumare lucrari de licență (număr lucrări susținute)
- Îndrumare lucrări de disertație (număr lucrări susținute)
- Doctoranzi (lista nominală a doctoranzilor înmatriculați resp. lista nominală a tezelor susținute)
- Post-doctoranzi (lista nominală)

6. Studenți internaționali atrași (activități de coordonare științifică și didactică)

- Îndrumare lucrari de licență (număr lucrări susținute)
- Îndrumare lucrări de disertație (număr lucrări susținute)
- Doctoranzi (lista nominală a doctoranzilor înmatriculați resp. lista nominală a tezelor susținute)
- Post-doctoranzi (lista nominală)

7. Membru in comitetul de redacție la reviste ISI

8. Membru in comitetul de redacție la reviste BDI

9. Participări la programe/granturi de cercetare finanțate din sursă internațională (se menționează și valoarea)

10. Participări la programe/granturi finanțate din sursă națională (se menționează și valoarea)

11. Coordonări de programe/granturi finanțate din sursă internațională (se menționează și valoarea)

12. Coordonări de programe/granturi finanțate din sursă națională (se menționează și valoarea)

13. Profesor invitat la universitati de prestigiu, cu titlu oficial

14. Membru în comisii profesionale relevante, cu titlu oficial

15. Conferințe invitate internaționale

16. Membru în comitete de organizare sau științifice ale unor conferințe internaționale

III. Realizare remarcabilă

O realizare remarcabilă din ultimii cinci ani reprezintă lucrarea din „Journal of Media Research”, lucrare denumită „Elemente der Werbepsychologie”, nr. 3/2009. Deoarece reclamele ne înconjoară și le întâlnim peste tot, consider că prin realizarea acestei lucrări empirice am reușit să conturez cele mai importante elemente ce țin atât de întreg comportamentul cumpărătorului cât și diferitele tipuri comportamentale întâlnite la aceștia, precum și efectele reclamei asupra individului. Lucrarea este publicată în limba germană, revista fiind integrată în BDI, cred că am reușit să fac cunoscute anumite exemple și modele utilizate pentru cercetarea publicității din România pentru comunitatea științifică de limbă germană.

Data:

Semnătura:

Certific validitatea datelor prezentate

Sef de catedră,