

Conf. univ. dr. Brîndușă-Mariana AMĂLĂNCEI
 UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU
 Facultatea de Litere
 Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării

FIȘA DE VERIFICARE A ÎNDEPLINIRII STANDARDELOR MINIMALE
întocmită în vederea obținerii atestatului de abilitare

TABELUL 1. PUNCTAJ SUMATIV

Domeniul de activitate	Profesor și CS I, abilitare	PUNCTAJ REALIZAT
Activitatea didactică și profesională A.1	minimum 200 de puncte, din care minimum 90 obținute la categoriile A 1.1.1.-1.1.2.	225 (90 la A 1.1.1.-1.1.2)
Activitatea de cercetare A.2	minimum 450 puncte	1185
Recunoașterea impactului activității A.3	minimum 200 puncte	229
TOTAL	minimum 850 puncte	1639

TABELUL 2. PUNCTAJUL REALIZAT

CRITERIUL A1. Activitatea didactică și profesională		
1.1. Cărți și capitole [2] în lucrări de specialitate, ediții. Se au în vedere lucrări publicate la edituri de prestigiu (a) din străinătate; (b) din țară		
1.1.1. Carte de autor unic, având la bază teza de doctorat		
1.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010, ISBN 978-973-730-709-5, editură recunoscută CNCSIS în anul 2010, cod CNCSIS 85 http://cncsis.gov.ro/UserFiles/File/politica%20stiintei/edituri_recunoscute06.pdf https://aleph.bibnat.ro/F/VL49BDXH5NEEY4RGQ93BVGH5SD8MLBCET4GBD8CMBMS9AXAUF7-15438?func=full-set-set&set_number=018488&set_entry=000004&format=999	30
1.1.2. Autor sau coautor [= autor de capitol(e)] de: monografie, sinteză, volum de studii tematice, studiu lingvistic, filologic, de critică sau istorie literară, dicționar științific, ediție critică filologică (text vechi, documente, traducerea și editarea critică a unui text scris într-o limbă veche)		
1.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015, ISBN 978-606-711-386-0 (editură evaluată și clasificată CNCS la categoria C) http://old.cncs-nrc.ro/wp-content/uploads/2013/01/filo.ed_.01.2013.pdf https://aleph.bibnat.ro/F/QTCJIKJDV9UL4GAFTRDLQC73D3JG83D5JHUA2U24KYLH1TX62I-15615?func=full-set-set&set_number=018502&set_entry=000001&format=999	30
2.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015, ISBN 978-606-711-386-3 (editură evaluată și clasificată CNCS la categoria C) http://old.cncs-nrc.ro/wp-content/uploads/2013/01/filo.ed_.01.2013.pdf https://aleph.bibnat.ro/F/GFFFIDXP5TYKV2LNM68SPMEEGS88QMB2Q8ETSILNC9KKHBLM-15872?func=full-set-set&set_number=018510&set_entry=000006&format=999	30
PUNCTAJ TOTAL A 1.1.1.+ 1.1.2.		90

1.1.3. Coordonator/ coautor la lucrări fundamentale sau de referință (dicționare, enciclopedii, atlase, tratate)		
1.1.4. Editarea cu aparat științific a unei opere științifice sau literare (inclusiv antologii) cu text(e) aparținând altui autor decât cel al ediției		
1.1.5. Editarea de volume decurgând din lucrări ale unor simpozioane, colocvii, conferințe, congrese, workshopuri pe teme științifice, organizate în cadru instituțional de către Universități, Academia Română, Institutele Academiei Române; editarea de volume colective și de numere tematice ale publicațiilor de specialitate		
a) Coordonator (editor)/co-editor		
1.	<i>Studies in Linguistics, Culture, and FLT (SILC)</i> , Volume 12, Issue 1/2024, https://www.silc.fhn-shu.com/issues/2024-1/SILC%2012.1%20e-issue%20full.pdf	10
2.	<i>Studies in Linguistics, Culture, and FLT (SILC)</i> , Volume 12, Issue 2/2024, https://www.silc.fhn-shu.com/issues/2024-2/SILC&FLT_12.2_v3.pdf	10
3.	<i>Studies in Linguistics, Culture, and FLT (SILC)</i> , Volume 12, Issue 3/2024, https://silc.fhn-shu.com/issues/2024-3/SILC&FLT_12.3_e-issue_(1).pdf	10
4.	<i>International Journal of Humanities and Social Development Research</i> , Volume 7, Number 2, 2023, https://www.ijhsdr.com/%D0%BA%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%8F-haqq%C4%B1m%C4%B1zda	10
5.	<i>International Journal of Humanities and Social Development Research</i> , Volume 8, Number 1, 2024, https://www.ijhsdr.com/%D0%BA%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%8F-haqq%C4%B1m%C4%B1zda	10
6.	<i>Lyuboslovie</i> , nr. 24/2024, <i>Illusions</i> , ISSN 1314-6033 (Print), 2603-5111 (Online) https://www.shu.bg/en/faculty-of-humanities/publications/lyuboslovie/previous-issues/	10
b) Coordonator (editor)/co-editor		
1.	<i>Interstudia. Formes discursives. Interactions, narrations, représentations</i> , nr. 24/2018, Editura Alma Mater, Bacău, ISSN 2065-3204, https://interstudia.ub.ro/uploads/issues/2018-24-0.pdf	7
2.	<i>Interstudia. Discursive forms. Memory and Identity</i> , nr. 31/2021, Editura Alma Mater, Bacău, ISSN 2065-3204, https://interstudia.ub.ro/uploads/issues/2021-31-0.pdf	7
3.	<i>Interstudia. Miroirs culturels du passé et du présent: mythes et technologies numériques modernes dans le discours culturel contemporain</i> , nr. 34/2023, Editura Alma Mater, Bacău, ISSN 2065-3204, https://interstudia.ub.ro/uploads/issues/2023-34-0.pdf	7
4.	<i>Cultural Perspectives – Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i> , nr. 29/2024, Editura Alma Mater, Bacău, ISSN 1224-239X, http://cpjournal.ub.ro/editorial-board/ http://cpjournal.ub.ro/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2024/11/CP-2024-Editorial.pdf	7

5.	<i>Cultural Transformations and Approaches to Language, Literature and Communication in Society</i> (edited by Mihaela CULEA, Brîndușă-Mariana AMĂLĂNCEI, Desislava Cheshmedzhieva-Stoycheva), Editura Alma Mater, Bacău, 2024, ISBN 978-606-527-723-6, https://editura-almamater.ub.ro/wp-content/uploads/2024/10/Culea-Amalancei-Cultural-transformations-and-approaches.-Cuprins.pdf	7
1.2. Traduceri		
1.2.1. Traducerea unei opere științifice sau beletristice din autori consacrați		
1.2.2. Dotarea unei traduceri cu aparat critic (note bio-bibliografice, note și comentarii)		
1.3. Material didactic		
1.3.1. Curs sau manual universitar cu ISBN		
Curs universitar (autor)		
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Tehnici de argumentare</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2011, ISBN 978-606-527-140-1, editură recunoscută CNCSIS în anul 2011, cod CNCSIS 14 http://cnscis.gov.ro/userfiles/file/IC6%202011/Edituri%20nationale%20recunoscute%20CNCSIS.pdf https://aleph.bibnat.ro/F/H6L4SCP4CVK67RN1B1TLYVS4HL3HAYU4E4T1S1TL5SMLYVGP6Y-34206?func=full-set-set&set_number=010257&set_entry=000008&format=999	20
2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Manipulare și persuasiune</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2015, ISBN 978-606-527-508-9 https://aleph.bibnat.ro/F/NARN9PA36VB4PLYQVJSC8IRTUY382NYCXCIP1NNIFYC76Y7GTV-35255?func=full-set-set&set_number=010272&set_entry=000004&format=999	20
PUNCTAJ TOTAL CRITERIUL A1		225
CRITERIUL A2. Activitate de cercetare		
2.1. Articole, studii, recenzii		
2.1.1. publicate în reviste științifice indexate ISI/Thomson Reuters, Elsevier/Scopus, Ebsco		
Articole publicate (autor)		
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Communication publicitaire et globalisation”. <i>The Scientific Journal of Humanistic Studies</i> , 6/year 4/March 2012, ARGONAUT Publishing House, Cluj-Napoca, pp. 188–192, ISSN 2066-8880, revistă indexată Ebsco (Anexa 2.1. dosar)	25

2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Argutie et publicité”. <i>The Scientific Journal of Humanistic Studies</i> , 7/year 4/October 2012, ARGONAUT Publishing House, Cluj-Napoca, pp. 208–214, ISSN 2066-8880, revistă indexată Ebsco (Anexa 2.1. dosar)	25
3.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Persuasion et discours publicitaire”. <i>The Scientific Journal of Humanistic Studies</i> , 8/year 5/March 2013, ARGONAUT Publishing House, Cluj-Napoca, pp. 202–207, ISSN 2066-8880, revistă indexată Ebsco (Anexa 2.1. dosar)	25
4.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Image Strategies in Electoral Debates”. <i>The Scientific Journal of Humanistic Studies</i> , 13/year 7/November 2015, ARGONAUT Publishing House, Cluj-Napoca, pp. 89–93, ISSN 2066-8880, revistă indexată Ebsco (Anexa 2.1. dosar)	25
5.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Representations of the Olfactory Concept in Advertising: A Case Study”. <i>Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i> , volume 16, Issue 1/2018, AXIS Academic Foundation Press, Iași, pp. 80–93, ISSN (print) 1583-2767, ISSN (online) 2069-573X, revistă indexată Ebsco (https://www.ebsco.com/m/ee/Marketing/titleLists/obo-subject.htm) https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/ https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Argumentum%20No%2016%20issue%201.htm	25
6.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „How Brands Communicate. Leonidas – A Kept Promise”. <i>Cultural Perspectives. Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i> , volume 24/2019, Alma Mater Publishing House, Iași, pp. 9–26, ISSN 1224-239X, revistă indexată Scopus (https://www.scopus.com/sourceid/21101126461?origin=resultslist) http://cpjournal.ub.ro/2021/11/11/cp-number-24-2019/	25
7.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Fragrances and the Spirit of the Cities”. <i>Cultural Perspectives Journal</i> , no. 25/2020, Alma Mater Publishing House, Bacău, pp. 7–24, ISSN 1224-239X, revistă indexată Scopus (https://www.scopus.com/sourceid/21101126461?origin=resultslist) http://cpjournal.ub.ro/2021/11/11/cp-number-25-2020/	25
8.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Storytelling and Image in Brand Communication”. <i>Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i> , no. 19(1)/2021, AXIS Academic Foundation Press, Iași, pp. 85–101, ISSN (print) 1583-2767, ISSN (online) 2069-573X, revista indexată Ebsco (https://www.ebsco.com/m/ee/Marketing/titleLists/obo-subject.htm) https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/	25
9.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Enjeux de la communication de crise”. <i>Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i> 21(2)/2023, AXIS Academic Foundation Press, Iași, pp. 23–48, ISSN (print) 1583-2767, ISSN (online) 2069-573X, revistă indexată Ebsco (https://www.ebsco.com/m/ee/Marketing/titleLists/obo-subject.htm) https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/ https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Argumentum%20No%2021%20issue%202.htm	25

10.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Le pouvoir persuasif de la répétition. Une étude de cas: <i>Inside Chanel</i> ”. <i>Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i> 23(1) 2025, AXIS Academic Foundation Press, Iași, pp. 79–98, ISSN (print) 1583-2767, ISSN (online) 2069-573X, revista indexată Ebsco (https://www.ebsco.com/m/ee/Marketing/titleLists/obo-subject.htm) https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/ https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Argumentum%20No%2023%20issue%201.htm	25
Articole publicate (coautor)		
11.	Adriana-Gertruda Romedea, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „La chronologie du temps dans le roman <i>Le père Goriot</i> d’Honoré de Balzac”. <i>Interstudia. Formes discursives. Rêve et réalité</i> , nr. 20/2016, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 141–152, ISSN 2065-3204, revistă indexată CEEOL, Index Copernicus, Fabula, KVK, Ebsco https://interstudia.ub.ro/pages/about https://interstudia.ub.ro/issue/22	15
12.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Cristina Cîrțiță-Buzoianu, „The Dream and the Advertising Imaginary”. <i>Interstudia</i> , vol. 21, nr. 1/2017, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 164–170, ISSN 2065-3204, revistă indexată CEEOL, Index Copernicus, Fabula, KVK, Ebsco https://interstudia.ub.ro/pages/about https://interstudia.ub.ro/issue/23	15
13.	Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Possible Worlds within Political Discourse: a Perspective on Romanian Elders”. <i>Interstudia</i> , vol. 21, nr. 1/2017, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 98–107, ISSN 2065-3204, revistă indexată CEEOL, Index Copernicus, Fabula, KVK, Ebsco https://interstudia.ub.ro/pages/about https://interstudia.ub.ro/issue/23	15
14.	Corina Daba-Buzoianu, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Exploring Physician-Older Patient Communication. A Qualitative Analysis of Communication between Older Patients and General Practitioners”. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations/Revista Română de Comunicare și Relații Publice</i> , volume 20, no. 1(43), April 2018, College of Communication and Public Relations – NUPSPA Publisher, Bucharest, pp. 47–58, ISSN 1454-8100, revistă indexată Scopus, Ebsco, ProQuest, DOAJ, CEEOL, Erih Plus, Index Copernicus https://doi.org/10.21018/rjcpr.2018.1.252 https://comunicare.ro/en/index.php?page=revista-comunicare	15
15.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Katerina Tzafilkou, Liliana Măță, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, „Measuring Romanian Students’ Attitude towards the Ethical Use of Social Networks”. <i>Sustainability</i> , 14(17)/2022, 10907, pp. 1–14, EISSN 2071-1050, revistă indexată Web of Science https://doi.org/10.3390/su141710907	15

16	Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Gabriel Mareș, Venera-Mihaela Cojocariu, Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Social Inclusion of Students from Disadvantaged Backgrounds: New Strategic Approaches to Educational Counselling and Communication”. <i>Revista Românească pentru Educație Multidimensională</i> , Vol.15, No.1/2023, pp. 482–504, ISSN - p-ISSN 2066-7329, e-ISSN 2067-9270, revistă indexată Web of Science	15
17.	Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Katerina Tzafilkou, Liliana Măță, Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Evaluation of Online and Offline Communication Skills in Higher Education”. <i>Sustainability</i> , 14(24)/2022, 17039, pp. 1–14, EISSN 2071-1050, revistă indexată Web of Science https://doi.org/10.3390/su142417039 https://www.mdpi.com/2071-1050/14/24/17039	15
18.	Gabriel Mareș, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Venera-Mihaela Cojocariu, Brîndușa-Mariana Amălăncei , Liliana Măță, „Social Inclusion Attitude, an Insight among Teachers from Disadvantaged Areas”. <i>Revista Românească pentru Educație Multidimensională</i> , Vol. 16, No. 1/2024, pp. 429–448, ISSN - p-ISSN 2066-7329, e-ISSN 2067-9270, revistă indexată Web of Science https://lumenpublishing.com/journals/index.php/rrem/article/view/6616	15
19.	Liliana Măță, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Venera-Mihaela Cojocariu, Gabriel Mareș, Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Students’ Perceptions on Online Teaching and Learning in Higher Education”. <i>Revista Românească pentru Educație Multidimensională</i> , Vol. 16, No. 1/2024, pp. 623–644, ISSN - p-ISSN: 2066-7329, e-ISSN: 2067-9270, revistă indexată Web of Science https://doi.org/10.18662/rrem/16.1/841	15
20.	Liliana Măță, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușa-Mariana Amălăncei , Venera-Mihaela Cojocariu, Gabriel Mareș, „Students’ Perception of the Determining Factors of University Dropout”. <i>Revista Românească pentru Educație Multidimensională</i> , Vol. 16, No. 4/2024, pp. 127–153, ISSN - p-ISSN 2066-7329, e-ISSN 2067-9270, revistă indexată Web of Science https://doi.org/10.18662/rrem/16.4/910	15
21.	Venera-Mihaela Cojocariu, Brîndușa-Mariana Amălăncei , Gabriel Mareș, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Liliana Măță, „Higher Education Teachers’ Attitudes towards Inclusive Education”. <i>Revista Românească pentru Educație Multidimensională</i> , Vol. 17, No. 1/2025, pp. 33–53, ISSN - p-ISSN 2066-7329, e-ISSN 2067-9270, revistă indexată Web of Science https://doi.org/10.18662/rrem/17.1/940	15
22.	Gabriel Mareș, Venera-Mihaela Cojocariu, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușa-Mariana Amălăncei , Liliana Măță, „Self-efficacy in Relation to Career Decision-Making”. <i>Revista Românească pentru Educație Multidimensională</i> , Vol. 17, No. 1/2025, pp. 180–197, ISSN - p-ISSN 2066-7329, e-ISSN 2067-9270, revistă indexată Web of Science https://doi.org/10.18662/rrem/17.1/946	15

2.1.2. publicate în reviste științifice indexate ERIH Plus sau indexate concomitent în cel puțin 3 BDI, altele decât cele de sub 2.1.1. (se exclude Google Scholar/Academic)		
Articole publicate (autor)		
1.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Figures et effets rhétoriques dans la publicité”. <i>Interstudia. Paradigmes identitaires contemporains</i> , nr. 7/2010, Editura Alma Mater, Bacău, pp.57–65, ISSN 2065-3204, revistă indexată CEEOL (https://www.cceol.com/search/article-detail?id=250793), Index Copernicus (https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=7970), Fabula (https://www.fabula.org/actualites/interstudia-ndeg7-paradigmes-identitaires-contemporains_40833.php)	15
2.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Visual Identity in Advertising”. <i>Interstudia. Cultural spaces. Identity within/beyond borders</i> , nr. 11(2)/2012, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 125–131, ISSN 2065-3204, revistă indexată CEEOL (https://www.cceol.com/search/article-detail?id=268385), Index Copernicus (https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=7970), Fabula (https://www.fabula.org/actualites/interstudia-n-11-2012vol-1-2-cultural-spaces-identity-within-beyond-borders_59084.php)	15
3.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „The Contribution of Gestures to Personal Branding”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 21/2015, pp. 89–95, ISSN 2066 – 561X, 2344-1321, revista indexată BASE (https://www.base-search.net/Search/Results?q=id:def79352c98e95d1b8ad43b004d7ddc6969b4b265ad5a8044faa0dc4b9d8b4c8), Erih Plus (https://kanalregister.hkdir.no/publiseringsskanaler/erihplus/periodical/info.action?id=488156), Worldcat (https://www.worldcat.org/title/the-contribution-of-gestures-to-personal-branding/oclc/7179210644&referer=brief_results) http://dx.doi.org/10.29358/sceco.v0i21.307 http://sceco.ub.ro/index.php/SCECO/article/view/307/291	15
4.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Feminine vs. Masculine Gestural Marketing. Case Study: The French Presidential Debate on May 2, 2007”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 22/2015, pp. 70–80, ISSN 2066 – 561X, eISSN 2344-1321, revistă indexată Erih Plus (https://kanalregister.hkdir.no/publiseringsskanaler/erihplus/periodical/info.action?id=488156), Worldcat (https://search.worldcat.org/title/7181634798), RePEc (https://ideas.repec.org/a/bac/fsecub/15-22-08.html) http://dx.doi.org/10.29358/sceco.v0i22.333 http://sceco.ub.ro/index.php/SCECO/article/view/333/310	15

Articole publicate (coautor)	
5.	Brîndușa-Mariana Amălăncei, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Corina Daba-Buzoianu. „Looking for the Best Slogan: An Analysis of the Slogans of the 2016 Romanian Parliamentary Campaign”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i>, no. 26/2017, pp. 6–14, eISSN 2344-1321, revistă indexată Erih Plus (https://kanalregister.hkdir.no/publiseringsskanaler/erihplus/periodical/info.action?id=488156), kxp.k10plus.de (https://kxp.k10plus.de/DB=2.1/DB=2.1/CHARSET=UTF-8/IMPLAND=Y/LNG=DU/SRT=YOP/TTL=1/COOKIE=D2.1,E62d430a0-1a,I0,B9000%20%20%20%20%20%20,SY,A,H50,,73,,77,,88-90,NKVK%20WEBZUGANG,R129.13.130.211,FN/SET=1/PPNSET?PPN=1016573235&COOKIE=U999,K999,D2.1,E62d430a0-1a,I0,B9994+++++,SY,A,H12,,73,,76-78,,88-90,NGAST,R82.208.143.252,FN), Worldcat (https://www.worldcat.org/title/looking-for-the-best-slogan-an-analysis-of-the-slogans-of-the-2016-romanian-parliamentary-campaign/oclc/7655508965&referer=brief_results) http://dx.doi.org/10.29358/sceco.v0i26.394 http://sceco.ub.ro/index.php/SCECO/article/view/394/366
6.	Andreia-Irina Suci, Brîndușa-Mariana Amălăncei, Mihaela Culea, „Fiction Books in the Multimodal Society. New Modes of Communication and Marketing Practices in the Book Industry”. <i>Studies and Scientific Researches. Economic Edition</i>, no. 34/2021, pp. 57–68, ISSN 2066-561X, eISSN 2344-1321, revistă indexată Erih Plus (https://kanalregister.hkdir.no/publiseringsskanaler/erihplus/periodical/info.action?id=488156), library.ucsb.edu (https://search.library.ucsb.edu/discovery/search?query=any,contains,Fiction%20books%20in%20the%20multimodal%20society.%20New%20modes%20of%20communication%20and%20marketing%20practices%20in%20the%20book%20industry%20&tab=Everything&search_scope=DN_and_CI&vid=01UCSB_INST:UCSB&lang=en&offset=0), Index Copernicus (https://journals.indexcopernicus.com/search/form?search=Studies%20and%20Scientific%20Researches.%20Economic%20Edition) https://doi.org/10.29358/sceco.v0i34.501 https://sceco.ub.ro/index.php/SCECO/article/view/501/pdf
Recenzii BDI	
7.	Brîndușa-Mariana Amălăncei, „La science du décodage des gestes”, recenzie la Georges Chétochine, <i>La vérité sur les gestes</i>, Éditions Eyrolles, Paris, 2008. <i>Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i>, 11(1), 2013, pp. 146–150, revistă indexată Ebsco, DOAJ, Index Copernicus https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/ http://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Numarul%2011%20issue%201/10_Review_tehno.pdf

8.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Significations du langage corporel”, recenzie la Jean-Baptiste Marsille, <i>La communication non verbale. L'art de communiquer sans dire un mot</i> , Gualiano éditeur, Lextenso éditions, Paris, 2013. <i>Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i> , 12(2), 2014, pp. 176–180, revistă indexată Ebsco, DOAJ, Index Copernicus https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/ http://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Numarul%2012%20issue%202/09_Review_tehno.pdf	10
9.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „La publicisation à l'ère de l'évolution de l'environnement communicationnel”, recenzie la Loïc Ballarini et Céline Ségur, <i>Devenir public. Modalités et enjeux</i> , Éditions Mare & Martin, Paris, 2017. <i>Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i> , 16(2), 2018, pp. 196–181, revistă indexată Ebsco, DOAJ, Index Copernicus https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/ https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Numarul%2016%20issue%202/09_Book%20Review%20-%20tehn.pdf	10
10.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Défis de la communication publique”, recenzie la Christine Donjean et Eric Goubin, <i>Le nouveau climat communicationnel. Les 20 tendances de la nouvelle communication publique</i> , Éditions Politeia, Bruxelles, 2018. <i>Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i> , 1(2), 2020, pp. 207–217, revistă indexată Ebsco, DOAJ, Index Copernicus https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/ https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Numarul%2018%20issue%202/10_Book%20Review%20-%20tehn.pdf	10
11.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , recenzie la Mihaela Culea, „Linguistic Representations of Contested Identities in the Media”. <i>Journal of Science and Innovative Technologies</i> , no. 30/2024 DOI: 10.30546/2616-4418.30.2024.075 http://ejournals.org/En_index.aspx (Anexa	10
2.1.3. publicate în Analele/ Buletinele/ Anuarele Universităților/Academiei, volume colective ocazionale, omagiale, în memoriam; în volume de comunicări prezentate la manifestări științifice interne și internaționale, cu comitete științifice		
Autor articole publicate (a) în străinătate		
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Construcția mesajului publicitar și impactul său asupra receptorului”. <i>Strategii actuale în lingvistică, glotodidactică și știința literară. Materialele Conferinței Științifice Internaționale consacrate aniversării a 50-a de la fundarea Facultății de Limbi și Literaturi Străine (Bălți, 15–16 octombrie 2004)</i> , vol. I, Presa universitară bălțeană, Bălți, 2004, pp. 165–168, ISBN 9975-931-60-X (Anexa 2.1. dosar)	15
2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Mesajul publicitar din perspectivă socio-lingvistică”. <i>Probleme actuale de lingvistică, glotodidactică și știință literară</i> , vol. III, CEP USM, Chișinău, 2004, pp. 370–372, ISBN 9975-70-535-9 (Anexa 2.1. dosar)	15
3.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Considerații asupra efectului artistic al argumentării publicitare”. <i>Colocviul Internațional de Științe ale Limbajului „Eugen Coșeriu” – Chișinău, ediția 2005 / STRATEGII DISCURSIVE VV (Partea I)</i> , Centrul Editorial Poligrafic al USM, Chișinău, 2006, pp.171–180, ISBN 978-9975-917-30-8 / 978-9975-917-31-5 (Anexa 2.1. dosar)	15

4.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Apparitions de la féminité dans l’œuvre de Mircea Eliade”. <i>Human Being in Contemporary Philosophical Conceptions</i> – Proceedings of the 4 th International Conference, Volgograd, May 28–31, 2007 (4 volumes), volume 3, pp. 602–606, ISBN 978-5-9669-0309-1 (Anexa 2.1. dosar)	15
5.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „La communication dans l’Union Européenne: entre information et persuasion”. <i>Probleme actuale de lingvistică, glotodidactică și știință literară. Actele Colocviului internațional organizat cu ocazia aniversării a 45-a de la fondarea Facultății de Limbi și Literaturi Străine a Universității de Stat din Moldova, Chișinău, 5–6 martie 2009</i> , volumul IV, partea II, Chișinău, 2010, pp. 836–843, ISBN 978-9975-70-952-1 (Anexa 2.1. dosar)	15
6.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „La communication par l’intermédiaire des blogs dans le domaine des relations publiques”. <i>Normă – sistem – uz: codimensionare actuală, colocviul intern. (11; 2011; Chișinău)</i> . Colocviul Internațional de Științe ale Limbajului „Eugeniu Coșeriu” (Chișinău – Suceava – Cernăuți), Chișinău, 12–14 mai 2011, ediția a 11-a – Ch.: CEP USM, 2012, volumul 2, 2012, pp. 402–408, ISBN 978-9975-71-218-7 (Anexa 2.1. dosar)	15
7.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „New Trends in Brand Strategies”. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences. World Congress on Administrative and Political Sciences</i> , 81/2013, pp. 275–279, ISSN 1877-0428 0.1016/j.sbspro.2013.06.427	15
8.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Gestures and Dialogic Communication”. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 143/2014, pp. 902–906, ISSN 1877-0428 https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.524	15
9.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Intertextualitatea în publicitate: cult al artei sau plagiere a formelor?”. <i>The 35th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences ARA</i> , „Science & Art in the Informatics Era”, Proceedings Supplement, Presses Internationales Polytechnique, Montréal, Québec, 2011, pp. 203–206, ISBN 978-1-935924-02-9, 978-606-554-300-3 (Anexa 2.1. dosar)	15
10.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „The Contract between Sender and Receiver in Advertising – a Globalizing Approach”. <i>ARA 36th International Congress Learning without Frontiers LUM – School of Management Gioia del Colle (Ba) Proceedings</i> , Presses Internationales Polytechniques, Montréal, Québec, Canada, 2012, pp. 9–12, ISBN 978-2-553-01635-6 (Anexa 2.1. dosar)	15
11.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Gesture and Communicative Action in Politics”. <i>Global Journal on Humanites & Social Sciences</i> [Online], Volume 2, nr. 1, 2015, pp. 179–185, ISSN 2301-2714 https://asosindex.com.tr/index.jsp?modul=articles-page&journal-id=2107&article-id=392171	15
12.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Eye Contact in Interpersonal Communication”. <i>Global Journal on Humanites & Social Sciences</i> [Online], Volume 2, nr. 1, 2015, pp. 203–208, ISSN 2301-2714 https://asosindex.com.tr/index.jsp?modul=articles-page&journal-id=2107&article-id=392174	15

Co-autor articole publicate (a) în străinătate		
13.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Gabriel Mareș, „University Branding: Using Social Media Tools in Higher Education Marketing”. <i>INTED 2021 Proceedings 15th International Technology, Education and Development Conference</i> Valencia, Spain, 2021, pp. 1458–1464, ISBN 978-84-09-27666-0, ISSN 2340-1079 (Anexa 2.1. dosar)	7
14.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , Andreia-Irina Suci, <i>Cultural Diversity Matters – How Discourse Shapes Perspectives on Migrant Populations (CultDivMas) – Racism and cultural diversity in the Mass Media</i> , Baku International Multicultural Center, Azerbaijan, 2022, 191 p., ISBN 9789952376463 (Anexa 2.1. dosar)	7
Autor articole publicate (b) în țară		
1.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Valențe integrative social și cultural ale discursului publicitar”. <i>Spațiul lingvistic românesc din perspectiva integrării europene</i> , Editura Alfa, Iași, 2004, pp. 11–16, ISBN 973-8278-49-X (Anexa 2.1 dosar)	10
2.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Distorsiuni în perceperea discursului publicitar”. <i>Comunicare interculturală</i> , vol. I, Sesiunea anuală de Comunicări Științifice a Facultății de Științe ale Comunicării, Universitatea „Petre Andrei” din Iași, 27 mai 2005, Editura Junimea, Iași, 2006, pp. 261–273, ISBN 973-37-1152-7 (Anexa 2.1. dosar)	10
3.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Indicatorii argumentativi și tipologia argumentelor în textul publicitar”. <i>ROSLIR</i> (Revista Română de Semio-Logică pe Internet), nr. 1/2006, Editura Universității „Ștefan cel Mare” din Suceava, 2006, pp. 7–18, ISSN 1582-0521 https://www.goldenideashome.com/roslir/archiv/2006_1/11%20Roslir%201%202006.pdf	10
4.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Finalitatea comunicării publicitare: minciună, trădare, manipulare, seducție?”. <i>ROSLIR</i> (Revista Română de Semio-Logică pe Internet), nr. 2/2006, Editura Universității „Ștefan cel Mare” din Suceava, 2006, pp. 7–18, ISSN 1582-0521 https://rosir.goldenideashome.com/2006_2.htm	10
5.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „The Advertising Speech Between Argumentation and Sophism”. <i>XIth International Conference „Man in the Knowledge Based Organization”</i> – Conference Proceedings V, November, 23–25, 2006, „N. Bălcescu” Land Forces Academy Publishing House Sibiu, 2006, pp. 310–317, ISBN 973-7809-51-3 (Anexa 2.1. dosar)	10
6.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Proximitatea, gestualitatea și mimica în comunicarea publicitară”. <i>Semiotics Beyond Limits – Proceedings of the First ROASS Conference</i> Bacău/Slănic-Moldova, October, 2006, Alma Mater Publishing House, Bacău, 2006, pp. 571–579, ISSN 18426409 (Anexa 2.1. dosar)	10
7.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Mărci ale identității textului publicitar din perspectiva structurării sale”. <i>Identitatea culturală românească în contextul integrării europene</i> , Editura Alfa, Iași, 2006, pp. 27–36, ISBN (10) 973-8953-21-9, ISBN (13) 978-973-8953-21-5 (Anexa 2.1. dosar)	10

8.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Publicistic Style and Publicity”. „ <i>The Knowledge Based Organization</i> ” – <i>The 12th International Conference – Psychology. Sociology. Philosophy Conference Proceedings IX Sibiu, 11th–14th June 2007</i> , „N. Bălcescu” Land Forces Academy Publishing House, Sibiu, 2007, pp. 148–157, ISBN 978-973-7809-71-1; 978-973-7809-92-6 (Anexa 2.1. dosar)	10
9.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Sacré, profane, mythe dans l’œuvre de Mircea Eliade”. <i>INTER LITTERRAS ET TERRAS II – Conferința Internațională de Literatură Comparată, de Studii Interculturale, de Lingvistică Comparată și de Traductologie STUDII INTERCULTURALE / CROSS-CULTURAL STUDIES / ÉTUDES INTERCULTURELLES MIRCEA ELIADE</i> , Editura Universității „Ștefan cel Mare” din Suceava, 2007, pp. 46–56, ISSN 1843-5823 (Anexa 2.1. dosar)	10
10.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Contextele de tip <i>enunț aparținând discursului repetat</i> și figurile <i>substanțialelor</i> în textul publicitar”. Cristinel Munteanu (editor), <i>Discursul repetat între alteritate și creativitate</i> , volum omagial Stelian Dumistrăcel, Colecția Academica, Institutul European, Iași, 2008, pp. 99–110, ISBN 978-973-611-509-7 (Anexa 2.1. dosar)	10
11.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Horoscopul și motivele financiare în lumea contemporană – o analiză comparativă a discursului predicțiilor personale în Franța și România”. <i>Individual and Specific Signs. Paradigms of Identity in Managing Social Representations: Proceedings of the International Conference – Bacău, October 2007 / University of Bacău, Faculty of Letters</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2008, pp. 494–501, ISBN 978-973-1833-62-0 (Anexa 2.1. dosar)	10
12.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Forms of Advertising Argumentation”. „ <i>The Knowledge Based Organization</i> ” – <i>The 14th International Conference – Behavioral and Social Sciences Conference Proceedings X, The 27th–29th of November 2008</i> / „N. Bălcescu” Land Forces Academy Publishing House, Sibiu, 2008, pp. 403–409, ISSN 1843-6722 (Anexa 2.1. dosar)	10
13.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Taxonomies du discours publicitaire”. „ <i>The Knowledge Based Organization</i> ” – <i>The 14th International Conference – Behavioral and Social Sciences Conference Proceedings X, The 27th–29th of November 2008</i> / „N. Bălcescu” Land Forces Academy Publishing House, Sibiu, 2008, pp. 78–85, ISSN 1843-6722 (Anexa 2.1. dosar)	10
14.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Implicit și explicit în comunicarea publicitară”. <i>Analele Universității „Ștefan cel Mare” Suceava – Seria Științe ale educației</i> , Tomul V, nr. 2, 2006–2008, Editura Universității „Ștefan cel Mare” din Suceava, 2008, pp. 295–304, ISSN 1582-1129 (Anexa 2.1. dosar)	10
15.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Le ludique dans la communication publicitaire”. <i>INTERSTUDIA. Communication et discours. Dimensions postmodernes</i> , nr. 10(2)/2011, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 161–169, ISSN 2065-3204 (Anexa 2.1. dosar)	10
Coautor articole publicate (b) în țară		
16.	Gabriel Mardare, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Le parler <i>people</i> et les valeurs économiques dans les tubes contemporains et dans la tradition du chant folklorique”. <i>Individual and Specific Signs. Paradigms of Identity in Managing Social Representations: Proceedings of the International Conference – Bacău, October 2007 / University of Bacău, Faculty of Letters</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2008, pp. 204–213, ISBN 978-973-1833-62-0 (Anexa 2.1. dosar)	5

17.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Victor Manole, Gheorghe Epuran, „Communication et relations publiques dans l’Union Européenne”. <i>The Journal of the Faculty of Economics – Economic</i> (University of Oradea), volume 4/2009, pp. 542–546 https://anale.steconomiceuoradea.ro/volume/2009/v4-management-and-marketing/102.pdf	5
18.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Adriana-Gertruda Romedea, „Reflecții ale stereotipurilor culturale în media online”. Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Elena Nechita (editori), <i>Incluziunea socială în era digitală</i> , Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2016, pp. 97–106, ISBN 978-606-17-0883-3 http://old.cnsc-nrc.ro/wp-content/uploads/2013/01/filo.ed_01.2013.pdf	5
2.1.4. studii, eseuri, articole pe teme literare publicate în reviste de specialitate, neindexate, cu ISSN		
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „The Process of Creation in Advertising”. <i>Studii și cercetări științifice</i> , Seria: Științe socio-umane, Nr. 13/2009, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 185–191; ISSN 1224-9866 https://www.ub.ro/dppd/files/facultati/dppd/revista/volum_nr_13.pdf#page=185	2
2.2. Activitate editorială		
2.2.1. Membru al unui colectiv de redacție al unei reviste de specialitate cu peer review, din străinătate (a) sau din țară (b)		
a) din străinătate		
1.	<i>Studies in Linguistics, Culture, and FLT</i> (SILC), https://www.silc.fhn-shu.com/	15
2.	<i>International Journal of Humanities and Social Development Research</i> , https://www.ijhsdr.com/%D0%BA%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%8F-haqq%C4%B1m%C4%B1zda	15
3.	<i>Lyuboslovie</i> , https://www.shu.bg/en/faculty-of-humanities/publications/lyuboslovie/editorial-board/	15
4.	<i>Sage Open</i> (Humanities), https://journals.sagepub.com/editorial-board/sgo	15
b) din țară		
1.	<i>Interstudia</i> , https://interstudia.ub.ro/pages/board	10
2.	<i>Cultural Perspectives. Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i> , http://cpjournal.ub.ro/editorial-board/	10
2.2.2. Referent științific și coordonator de colecții la edituri sau reviste acreditate, din străinătate (a) sau din țară (b)		
a) din străinătate		
1.	<i>Margins Marges Margini</i> , Rivista Multilingue di Studi Litterari, Linguistici e Culturali, https://mimesisjournals.com/ojs/index.php/margins/about/editorialTeam	7

b) din țară		
1.	Referent științific Științe umaniste, Editura Alma Mater, Bacău	5
2.	Referent științific Științe ale comunicării, Editura Alma Mater, Bacău	5
2.3. Granturi științifice		
1.	Director de grant <i>Cultural Diversity Matters – How Discourse Shapes Perspectives on Migrant Populations (CultDivMas)</i> 2021 Grant-In-Aid Multicultural Research Award Program, Azerbaijan, nr. BMM002-21, Durata: august–decembrie 2021 https://multikulturalizm.gov.az/storage/Kitablar%20Ingilis%20dili/kitab-2_(7)_5f77bd.pdf	30
2.	Membră în grantul CNCISIS nr. 2GR/9.05.2007 <i>Rostirea economică între ecumenismul jargonului profesional și reprezentărilor etno-idiomatice. O încercare de abordare lingvistică a mentalului contabil în orizontul integrării europene</i> , Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, 2007–2008	15
3.	Substitute Country Manager Romania în Proiectul <i>European COST ACTION IS 1402 – Ageism: A Multi-National Interdisciplinary Perspective</i> , 2014–2018 https://www.cost.eu/actions/IS1402/#tabs+Name:Management%20Structure	15
4.	Membră în Proiectul POSDRU/159/1.5/S/132400, „Tineri cercetători de succes – dezvoltare profesională în context interdisciplinar și internațional”, 01.10.2014–30.09.2015	15
2.4. Comunicări		
prezentate la manifestări științifice (conferințe, congrese, simpozioane, colocvii, workshopuri etc.) cu comitete științifice sau sistem de selecție peer review, (a) în străinătate sau (b) în țară		
a) Prezentate în străinătate		
1.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Mesajul publicitar din perspectivă sociolingvistică”. Colocviul Internațional de Științe ale Limbajului, ediția a VII-a, Chișinău, 13–15 mai 2004 (Anexa 2.4. dosar)	4
2.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Construcția mesajului publicitar și impactul său asupra receptorului”. Conferința Științifică Internațională <i>Strategii actuale în lingvistică, glotodidactică și știință literară</i> , Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți, Republica Moldova, 15–16 octombrie 2004 (Anexa 2.4. dosar)	4
3.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Apparitions de la féminité dans l’œuvre de Mircea Eliade”. The 4 th International Conference <i>Human Being in Contemporary Philosophical Conceptions</i> , Volgograd, May 28–31, 2007 https://www.volgograd2007.goldenideashome.com/1%20Pdfuri%20Generale/1%20Foreign%20Participants.pdf	4

4.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „The Contract between Sender and Receiver in Advertising – a Globalizing Approach”. ARA 36th International Congress <i>Learning without Frontiers</i> LUM – School of Management Gioia del Colle, Barry, Italia, organisers American Romanian Academy of Arts and Sciences, University LUM „Jean Monnet” Gioia del Colle, Barry, Italia, 30 mai–2 iunie 2012 (Anexa 2.4. dosar)	4
5.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „New Trends in Brand Strategies”. World Congress of Administrative & Political Sciences – Antalya, Turcia, 29 noiembrie–2 decembrie 2012 https://globalcenter.info/adpol/?page_id=138	4
6.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Gestures and Dialogic Communication”. 2 nd World Congress of Administrative & Political Sciences, organizat de Academic World Education & Research Center, Bruxelles, Belgia, 25–27 noiembrie 2013 (Anexa 2.4. dosar)	4
7.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Eye Contact in Interpersonal Communication”. 2 nd World Congress of Administrative & Political Sciences, organizat de Academic World Education & Research Center, Bruxelles, Belgia, 25–27 noiembrie 2013 (Anexa 2.4. dosar)	4
8.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Gesture and Communicative Action in Politics”. 3 rd World Congress of Administrative & Political Sciences, organizat de Academic World Education & Research Center, Barcelona, Spania, 28–29 noiembrie 2014 (Anexa 2.4. dosar)	4
9.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Gabriel Mareș, „University Branding: Using Social Media Tools in Higher Education Marketing”, 15th International Technology, Education and Development Conference, Valencia, 8 th –9 th of March 2021 https://iased.org/concrete3/paper_detail.php?paper_id=86013	4
10.	Mihaela Culea, Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Metaphors of Immigration in the Romanian Media. Dehumanizing the <i>Other</i> ”, The 31 st Annual International Conference of the Faculty of Humanities at Konstantin Preslavsky University of Shumen, Bulgaria, 16 May 2025 (Anexa 2.4. dosar)	4
b) prezentate la manifestări științifice în țară		
1.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Valențe integrative social și cultural ale discursului publicitar”. Simpozionul internațional <i>Spațiul lingvistic și literar românesc din perspectiva integrării europene</i> , Iași, 1–2 octombrie 2004 (Anexa 2.4. dosar)	2
2.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Argumentarea publicitară”. Colocviul internațional de Științe ale limbajului <i>Eugen Coșeriu</i> – Suceava – Cernăuți – Chișinău, ediția a VIII-a, cu tema <i>STRATEGII DISCURSIVE</i> , Suceava, 13–15 mai 2005 (Anexa 2.4. dosar)	2
3.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Comunicarea publicitară între identitate și alteritate”. Conferința științifică internațională <i>Cultural Spaces and Types/Spații și tipuri culturale</i> , Universitatea din Bacău, Bacău, 21–23 octombrie 2005 (Anexa 2.4. dosar)	2
4.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Persuasive Strategies of the Advertising Discourse”. Conferința științifică internațională <i>Organizația bazată pe cunoaștere</i> , a XIII-a ediție, organizată de Academia Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu” Sibiu, Sibiu, 22–25 noiembrie 2005 https://www.armyacademy.ro/sesiuni/cadre_nov_2007/internationala1_2007.html	2
5.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Mărci ale identității discursului publicitar din perspectiva structurării sale”. Simpozionul internațional <i>Identitatea culturală românească în contextul integrării europene</i> , organizat de Institutul de Filologie Română „A. Philippide” – Filiala din Iași a Academiei Române și de Asociația Culturală „A. Philippide”, Iași, 22–23 septembrie 2006 (Anexa 2.4. dosar)	2

6.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Proximitatea, gestualitatea și mimica în comunicarea publicitară”. Conferința internațională a Asociației Române de Studii Semiotice (AROSS), Bacău/Slănic-Moldova, 25–28 octombrie 2006 (Anexa 2.4. dosar)	2
7.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „The Advertising Speech Between Argumentation and Sophism”. Conferința internațională <i>Omul în organizația bazată pe cunoaștere</i> , a XI-a ediție, organizată de Academia Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu” din Sibiu, Sibiu, 23–25 noiembrie 2006 (Anexa 2.4. dosar)	2
8.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Argumentarea în limbă vs. argumentarea logică în limbajul publicitar”. Colocviul Catedrei de limba română din cadrul Facultății de Litere, Universitatea din București, cu tema <i>Limba română – stadiul actual al cercetării</i> , București, 29–30 noiembrie 2006 (Anexa 2.4. dosar)	2
9.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Publicistic Style and Publicity”. Conferința internațională <i>Organizația bazată pe cunoaștere</i> , a XII-a ediție, organizată de Academia Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu” din Sibiu, Sibiu, 11–14 iunie 2007 (Anexa 2.4. dosar)	2
10.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Implicit și explicit în comunicarea publicitară”. Colocviul internațional <i>Științele Educației – Dinamică și perspectivă</i> – Ediția a VII-a, organizat de Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava, Facultatea de Științe ale Educației, Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic, Suceava, 8–9 iunie 2007 (Anexa 2.4. dosar)	2
11.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Sacré, profane, mythe dans l’œuvre de Mircea Eliade”. <i>INTER LITTERAS ET TERRAS</i> – Conferința internațională de literatură comparată, de studii interculturale, de lingvistică contrastivă și de traductologie, organizată de Centrul de Cercetare <i>INTER LITTERAS</i> de la Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava, ediția I, Suceava, 21–23 septembrie 2007 (Anexa 2.4. dosar)	2
12.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Horoscopul și motivele financiare în lumea contemporană – O analiză comparativă a discursului predicțiilor personale în Franța și România”, Conferința internațională <i>Semne particulare. Paradigme ale identității în managementul reprezentărilor sociale</i> , organizată de Universitatea din Bacău, Bacău, 25–28 octombrie 2007 (Anexa 2.4. dosar)	2
13.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Forms of Advertising Argumentation”. Conferința internațională <i>Organizația bazată pe cunoaștere</i> , a XIV-a ediție, organizată de Academia Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu” din Sibiu, Sibiu, 27–29 noiembrie 2008 (Anexa 2.4. dosar)	2
14.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Taxonomies du discours publicitaire”. Conferința internațională <i>Organizația bazată pe cunoaștere</i> , a XIV-a ediție, organizată de Academia Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu” din Sibiu, Sibiu, 27–29 noiembrie 2008 (Anexa 2.4. dosar)	2
15.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Figures et effets rhétoriques dans la publicité”. Conferința internațională <i>Individual and Specific Signs 3 Editions, Cultural Spaces and Identities in (Inter)actions</i> , Universitatea din Bacău, Universitatea UFR Arts Bordeaux, Universitatea din Limoges, Universitatea de Stat „Alec Russo”, Centrul INTERSTUD, Bacău, 16–17 octombrie 2009 (Anexa 2.4. dosar)	2
16.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „La communication publicitaire globale vs. La communication publicitaire locale”. Conferința internațională <i>Semne particulare. Diversitate culturală prin limbă și comunicare</i> , ediția a IV-a, organizată de Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Facultatea de Litere, Universitatea UFR Arts, Bordeaux 3, Franța, Facultatea de Studii Superioare în Filologie, Wrocław, Polonia, Universitatea „Alec Russo” din Bălți – Republica Moldova, Centrele de cercetare <i>INTERSTUD ȘI CETAL</i> , Bacău, 8–9 octombrie 2010 (Anexa 2.4. dosar)	2

17.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „The Repeated Discourse as Intertextuality in Advertising”. A treia ediție a Conferinței internaționale <i>Paradigma discursului ideologic (PID 3). Discursiv și metadiscursiv în comunicare</i> , organizată de Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, Facultatea de Litere, Catedra de literatură, lingvistică și jurnalism, Centrul de cercetare <i>Comunicare interculturală și literară</i> , Galați, 5–6 mai 2011 (Anexa 2.4. dosar)	2
18.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Visual Identity in Advertising”. Conferința internațională <i>Cultural Spaces. Identity within/beyond Borders</i> , organizată de Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Grupul de cercetare Cultural Spaces și Centrul de cercetare INTERSTUD, Universitatea „Michel de Montaigne”, Bordeaux 3, Franța, Universitatea „Atatürk”, Erzurum, Turcia, Bacău, 6–7 mai 2011 (Anexa 2.4. dosar)	2
19.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Intertextualitatea în publicitate: <i>cult al artei sau plagiere a formelor?</i> ”. Al 35-lea Congres ARA <i>Științe & Arte în era informatică</i> , organizată de Academia româno-americană de Arte și Științe, Universitatea Politehnică Timișoara, Timișoara, 6–10 iulie 2011 (Anexa 2.4. dosar)	2
20.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Mizanscenă a strategiilor persuasive în publicitate”. Colocviul național <i>Plurilingvism și interculturalitate</i> . Ediția a V-a. <i>Discurs teatral, teatralitatea discursului și (mizan)scena cotidianului</i> , organizată de Departamentul de Limba și literatura română și științe ale comunicării, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Bacău, 26–27 aprilie 2013 (Anexa 2.4. dosar)	2
21.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Rolul gesturilor și al mișcărilor corpului în comunicare”. Conferința Internațională <i>Imagine, imaginar, reprezentare</i> , organizată de Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Facultatea de Litere, Centrele de cercetare INTERSTUD și CETAL, Universitatea „Jean Monnet” din Saint-Etienne, Franța, Universitatea din Poitiers, Franța, Universitatea din Bretania Occidentală (UBO), Franța, Universitatea „Atatürk”, Erzurum, Turcia, Universitatea Tehnică Națională din Sevastopol, Ucraina, Facultatea de studii filologice, Wrocław, Polonia, HELMO/ESAS – Școala Superioară de Acțiune Socială, Belgia, Centrul de cultură „George Apostu” Bacău, Bacău, 8–9 mai 2014 (Anexa 2.4. dosar)	2
22.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Limbajul gestual al candidaților la președinția Franței”. Conferința internațională <i>Cercetare interdisciplinară și dezvoltare profesională în context internațional</i> , organizată de Academia Română Filiala Cluj, Universitatea din București, Universitatea „Al. I. Cuza” din Iași, Universitatea de Vest din Timișoara, Iași, 10–12 iunie 2015 (Anexa 2.4. dosar)	2
23.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Gest și cuvânt în dezbaterile politice”. Conferința internațională <i>Forme discursive. Noi perspective – limbă, literatură, comunicare</i> , organizată de Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Facultatea de Litere, Centrele de cercetare INTERSTUD și CETAL, Universitatea din Poitiers, Franța, Universitatea „Atatürk”, Erzurum, Turcia, Universitatea „Jean Monet” din Saint-Étienne, Franța, Universitatea Bordeaux III, Franța, HELMO/ESAS – Școala superioară de acțiune socială, Belgia, Universitatea Națională Tehnică din Sevastopol, Ucraina, ABDEF, Bacău, 7–9 mai 2015 (Anexa 2.4. dosar)	2
24.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Adriana-Gertruda Romedea, „Online media representations of cultural stereotypes”. Conferința internațională <i>INFO IMPACT 2016. Informatica și impactul său asupra societății contemporane: perspective asupra Elvenției și României</i> , Bacău, 29 iunie–02 iulie 2016 https://bliss.ub.ro/files/Activitati/A10/Program_A10_final.pdf	2

25.	Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Political la intersecția lumilor posibile. Perspective ale segmentului de vârstă a treia”. Conferința internațională <i>Forme discursive. Vis și realitate</i> , organizată de Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Facultatea de Litere, Centrele de cercetare INTERSTUD și CETAL, AUF, ABDEF, Universitatea Națională Tehnică din Sevastopol, Ucraina, Universitatea „Atatürk”, Erzurum, Turcia, Bacău, 27–28 octombrie 2016 (Anexa 2.4. dosar)	2
26.	Corina Daba-Buzoianu, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușa-Mariana Amălăncei . „Exploring Patient-Doctor Communication. A Qualitative Analysis of Communication Between Older Patients and Their Doctors”. Conferința internațională <i>Cercetarea calitativă în Comunicare 2017</i> , organizată de Centrul de Cercetare în Comunicare din cadrul Facultății de Comunicare și Relații Publice, în parteneriat cu Universitatea din Colorado Boulder (SUA), ediția a treia, București, 4–6 octombrie 2017 https://centrucomunicare.journalofcommunication.ro/qrc_2017/QRC_conference_final_program.pdf	2
27.	Corina Daba-Buzoianu, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Physician-Patient Interaction. An Analysis of the Way Older Patients Experience Communication with General Practitioners”. Conferința internațională <i>Forme discursive. Interacțiune, narațiune, reprezentare</i> , organizată de Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Facultatea de Litere, Centrele de cercetare INTERSTUD și CETAL, Universitatea din Lorena, Franța, Centrul de cercetare pentru medieri (CREM), Universitatea „Atatürk” Erzurum, Turcia, Universitatea Națională Tehnică din Sevastopol, Ucraina, Universitatea „Jean Monnet”, Saint-Étienne, Franța, Universitatea „Blaise Pascal, Clermont-Ferrand”, Franța, Universitatea Bordeaux 3, Franța, HELMO/ESAS – Școala superioară de acțiune socială, Belgia, Agenția Universitară Francofonă, Asociația pentru Dezvoltarea Francofoniei, Bacău, România, Bacău, 25–26 mai 2018 https://www.ub.ro/litere/st/Cercetare/Conferinte/Programme_final_conference.pdf	2
28.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , Cristina Cîrțiță-Buzoianu, „Identité, image et présence virtuelle des marques de luxe”. Conferința internațională <i>Forme discursive. Memorie și identitate</i> , organizată de Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Facultatea de Litere, Centrele de cercetare INTERSTUD și CETAL, Centrul de cercetare pentru medieri (CREM), Universitatea din Lorena, Franța, Facultatea de Litere, Limbi, Arte, Științe Umaniste și Sociale, Universitatea „Pasquale Paoli” din Corsica, Franța, Universitatea din Messina, Italia, Universitatea „Atatürk”, Erzurum, Turcia, Universitatea Bordeaux 3, Franța, Universitatea kârgâzo-turcă din Manas, Kârgâzstan, HELMO/ESAS – Școala superioară de acțiune socială, supérieure d’action socială, Belgia, Agenția Universitară Francofonă, Asociația pentru Dezvoltarea Francofoniei, Bacău, Bacău, 15–16 aprilie 2021 https://www.ub.ro/litere/st/Cercetare/Conferinte/Al_doilea_apel_Conferinta_Forme_discursive_Memorie_si_identitate.pdf	2
29	Brîndușa-Mariana Amălăncei , Cristina Cîrțiță-Buzoianu, „Fake news et accès à l’information: une approche qualitative”. Conferința internațională <i>Forme discursive. Evocarea trecutului și răspunsuri la provocările contemporane</i> , organizată de Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Facultatea de Litere, Centrele de cercetare INTERSTUD și CETAL, Centrul de cercetare pentru medieri (CREM), Universitatea din Lorena, Franța, Universitatea din Messina, Italia, Universitatea Tor Vergata din Roma, Italia, Universitatea pentru străini din Siena, Italia, Universitatea „Konstantin Preslavsky” din Shumen, Bulgaria, Universitatea din Lerida, Spania, Proiectul ANR AIÔN – <i>Socio-anthropologie de l’imaginaire du temps. Le cas des loisirs alternatifs</i> , Franța, Universitatea „Atatürk”, Erzurum, Turcia, Agenția Universitară Francofonă, Asociația pentru Dezvoltarea Francofoniei, Bacău, 27 aprilie 2023 https://www.ub.ro/litere/st/Cercetare/Conferinte/Programme_Formes_discursives_-_1.pdf	2
		1185

CRITERIUL A3. Recunoașterea și impactul activității		
3.1. Traduceri		
Carte științifică de autor publicată în străinătate, după ce a fost deja publicată în România sau în R. Moldova		
3.2. Premii și distincții academice oferite de Universități, Institute de cercetare, Academii, USR, Asociații profesionale de nivel național		
3.3. Citări, mențiuni bibliografice, recenzări		
3.3.1. Citări și mențiuni bibliografice, cu excepția autocitărilor. O citare presupune menționarea explicită a numelui/a contribuției celui citat și este înregistrată o singură dată, indiferent de numărul de ocurențe din lucrarea care citează. Lucrările în care se face citarea trebuie să aibă ISBN sau ISSN		
1.	Vasilica Magdalena Someșfălean, „Some Theoretical Models Explaining Advertising Effects”. <i>Management and Marketing Journal</i> , vol. XII, nr. 1/2014, Editura „Universitaria”, Craiova, ISSN 1841-2416, citează articolul Amălăncei, B. , „ The Process of Creation in Advertising ”. <i>Studii și Cercetări Științifice. Seria: Științe socio-umane</i> , 2009, https://scholar.google.ro/scholar?oi=bibs&hl=ro&cites=15521817649184312541&as_sdt=5	2
2.	Olha V. Dunaievska, Tetyana A. Chaiuk, „Modifying <i>Breaking Bad News Communication</i> : Cross-Cultural and Cognitive-Semantic Approaches”. <i>Academic Journal of Interdisciplinary Studies</i> , Vol 9 No 2/2020, E-ISSN 2281-4612, ISSN 2281-3993, citează articolul Amălăncei, B. M. , „Gestures and dialogic communication”. <i>Procedia – Social and Behavioral Sciences</i> , 143, 2014, pp. 902–906 https://www.richtmann.org/journal/index.php/ajis/article/view/10699/10320 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
3.	Stephanie M. Curenton, Cristina Granda , „Building blocks of infant-toddler conversation skills: using the Conversation Compass® to drive innovation in Early Head Start classroom conversations”. <i>Early Child Development and Care</i> , Volume 191, 2021 - Issue 5 , Print ISSN 0300-4430 Online ISSN 1476-8275, citează articolul Amălăncei, B. M. , „Gestures and dialogic communication”. <i>Procedia – Social and Behavioral Sciences</i> , 143, 2014, pp. 902–906 https://doi.org/10.1080/03004430.2019.1647190 https://scholar.google.ro/scholar?oi=bibs&hl=ro&cites=3501220312690071100&as_sdt=5	2
4.	Luminița Drugă, „Romanian Polenta between Brand and Culinary Identity”. <i>Cultural Perspectives. Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i> nr. 24/2019, pp. 81–94, Editura Alma Mater, Bacău, ISSN 1224-239X, citează la pagina 83 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei, Brîndușa-Mariana , „New Trends in Brand Strategies”. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences. World Congress on Administrative and Political Sciences</i> , volumul 81/2013, pp. 275–279 http://cpjournal.ub.ro/2021/11/11/cp-number-24-2019/ file:///C:/Users/Admin/Downloads/CP201924V00S01A0005.pdf	2

5.	Adriana Maria Robu, <i>Discursul publicitar din perspectivă pragmatolingvistică</i> , Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2015, ISBN 9786067141078, citează la paginile 240 și 272 articolul Amălăncei, Brîndușa-Mariana , „Contextele de tip <i>enunț aparținând discursului repetat</i> și figurile <i>substanțialelor</i> în textul publicitar”. <i>Discursul repetat între alteritate și creativitate</i> (Cristinel Munteanu editor), volum omagial Stelian Dumistrăcel, Colecția „Academica”, Iași, Institutul European, 2008, pp. 99–110 și la pagina 272 cartea Amălăncei, Brîndușa-Mariana , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
6.	Jaafar, F; Zain, AM and Abu Bakar, MS, „Attitude and Perception of Young Audience towards Patriotism in Independence Day TV Commercials”. <i>Environment-Behaviour Proceedings Journal</i> , Volume 1, Issue 1/2016, pp. 23–27, eISSN 2398-4287, citează la pagina 24 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei, Brîndușa-Mariana , „New Trends in Brand Strategies”. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences. World Congress on Administrative and Political Sciences</i> , volumul 81/2013, pp. 275–279 DOI: https://doi.org/10.21834/e-bpj.v1i1.189 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
7.	Mishra, Deepti; Dalveren, Gonca Gokce Menekse; Volden, Frode; Allen, Carly Grace, „Group Discussion in a Blended Environment in Engineering Education”. <i>TEM JOURNAL – Technology, Education, Management, Informatics</i> , ISSN 2217-8309, citează la pagina 514 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei, B. M. , „Gestures and dialogic communication”, în <i>Procedia – Social and Behavioral Sciences</i> , 143, 2014, pp. 902–906 http://dx.doi.org/10.18421/TEM102-04 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
8.	Welzel, FD; Bar, J; (...); Riedel-Heller, SG, „Using a brief web-based 5A intervention to improve weight management in primary care: results of a cluster-randomized controlled trial”. <i>BMC Fam Pract</i> 22, 61 (2021), ISSN 2731-4553, menționează la bibliografie articolul Daba-Buzoianu, C.; Cirtita-Buzoianu, C. and Amalancei, B.M. , „Exploring Physician-Older Patient Communication. A Qualitative Analysis of Communication between Older Patients and General Practitioners”. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations</i> , Vol. 20, nr. 1 (43), 2018 DOI: 10.1186/s12875-021-01404-0 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
9.	Esmaili H., Abolfathi Momtaz Y., Haghi M. Foroughan M., „The Status and Associated Factors of Doctor-Patient Communication from Older Adult's Perspective in the City of Tehran in 2023” (Persian). <i>Salmand: Iranian Journal of Ageing</i> , ISSN 1735-806X, Forthcoming 2024, menționează la bibliografie articolul Daba-Buzoianu, C.; Cirtita-Buzoianu, C. and Amalancei, B.M. , „Exploring Physician-Older Patient Communication. A Qualitative Analysis of Communication between Older Patients and General Practitioners”. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations</i> , Vol. 20, nr. 1 (43), 2018 DOI: http://dx.doi.org/10.32598/sija.2024.3874.1 https://salmandj.uswr.ac.ir/article-1-2826-fa.pdf https://salmandj.uswr.ac.ir/article-1-2826-en.html (Anexa 3.3.1. dosar)	2

10.	Laura Nadal, Iria Bello Viruega, Neyla Pardo, „Perception and Decision Making: A Multi-Technique Analysis of Campaign Posters in the 2019 Bogotá Mayoral Election”. <i>International Journal of Communication</i> 15(2021), pp. 2462–2483, ISSN 1932-8036, citează la pagina 2465 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei, Brîndușa-Mariana , Cîrțiță-Buzoianu, Cristina, Daba-Buzoianu, Corina, „Looking for the best slogan: An analysis of the slogans of the 2016 Romanian parliamentary campaign”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , Issue 26, 2017 https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16107/3451 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
11.	Li, L (Li, Lei); Zhang, JY (Zhang, Jiayang); An, X (An, Xun), „Using social media for efficient brand marketing: An evaluation of Chinese Universities using Bilibili”. <i>Socio-Economic Planning Sciences</i> , Volume 88/2023, Print ISSN 0038-0121, Online ISSN 1873-6041, menționează la bibliografie articolul Amalancei, B. , Cirtita-Buzoianu, C. and Mareș G., „Using social media tools in higher education marketing”. <i>INTED2021 proceedings</i> , 2021, INTED2021, pp.1458–1464 https://doi.org/10.1016/j.seps.2023.101645 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
12.	Vagia Mochla, George Tsourvakas & Maro Vlachopoulou, „Positioning a Personal Political Brand on YouTube with Points of Different Visual Storytelling”. <i>Journal of Political Marketing</i> , 1–21, 2023, Print ISSN 1537-7857, Online ISSN 1537-7865, citează articolul Amălăncei, Brîndușa-Mariana , Cîrțiță-Buzoianu, Cristina, and Daba-Buzoianu, Corina, „Looking for the Best Slogan: An Analysis of the Slogans of the 2016 Romanian Parliamentary Campaign”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> 26 (1), 2017 https://doi.org/10.1080/15377857.2023.2165214 https://scholar.google.ro/scholar?oi=bibs&hl=ro&cites=15733353759878619644&as_sdt=5	2
13.	Alzate-Sanz, JE (Eduardo Alzate-Sanz, Jaime); Orozco-Toro, JA (Alberto Orozco-Toro, Jaime), „La influencia del diseño en el branding de empresas medianas y grandes de Manizales, Colombia/ The Influence of the Design on Branding in Medium and Large Companies of Manizales, Colombia”. <i>Universidad & Empresa</i> , vol. 24, num. 44, 2023, ISSN-e 2145-4558, ISSN 0124-4639, citează la pagina 2 și menționează la bibliografie articolul Amalancei, B.M. , „Storytelling and Image in Brand Communication”. <i>Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i> 19 (1)/2021, pp. 85–101 DOI: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12295 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
14.	E. Peranginangin, Christian, E. R. Kaburuan, B. J. Anshory and A. S. Girsang, „Motion Gesture Game for Measure Kinesthetic Level”. <i>International Conference on Orange Technologies (ICOT)</i> , Nusa Dua, Bali, Indonesia, 2018, pp. 1–6, Electronic ISBN 978-1-5386-7319-5, USB ISBN 978-1-5386-7318-8, Print on Demand(PoD) ISBN 978-1-5386-7320-1, citează articolul Amalancei, B.-M. , „Gestures and Dialogic Communication”. <i>Procedia - Soc. Behav. Sci.</i> , vol. 143, 2014, pp. 902–906 DOI: 10.1109/ICOT.2018.8705922 https://scholar.google.ro/scholar?oi=bibs&hl=ro&cites=3501220312690071100&as_sdt=5	2

15.	Dorian Pocovnicu, „Fundamental Aspects of Communication Management, in the Case of Public Administration”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , No 19, 2014, ISSN 2066–561X, e-ISSN 2344-1321, menționează la bibliografie articolul Amalancei, Brindusa-Mariana , Manole, Victor, Epuran, Gheorghe, „Communication et Relations Publiques dans l’Union Européenne”. <i>Annals of Faculty of Economics</i> , University of Oradea, 2009, vol. 4, issue 1, pp. 542–546 https://sceco.ub.ro/index.php/SCECO/article/view/262 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
16.	Dorian Pocovnicu, „Public Relations in Public Administration: Role and Management, in a Socio-Political Marketing Context”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , No 19, 2014, pp. 216–221, ISSN 2066–561X, e-ISSN 2344-1321, menționează la bibliografie articolul Amalancei, Brindusa-Mariana , Manole, Victor, Epuran, Gheorghe, „Communication et Relations Publiques dans l’Union Européenne”. <i>Annals of Faculty of Economics</i> , University of Oradea, 2009, vol. 4, issue 1, pp. 542–546 https://sceco.ub.ro/index.php/SCECO/article/view/263 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
17.	Ioana Olariu, Bogdan Nichifor, „Conceptual Approach on Press Conference”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , No 21, 2015, pp. 120–126, ISSN 2066–561X, e-ISSN 2344-1321, menționează la bibliografie articolul Amalancei, Brindusa-Mariana , Manole, Victor, Epuran, Gheorghe, „Communication et Relations Publiques dans l’Union Européenne”. <i>Annals of Faculty of Economics</i> , University of Oradea, 2009, vol. 4, issue 1, pp. 542–546 https://sceco.ub.ro/index.php/SCECO/article/view/317/0 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
18.	Jyoti Sankar Das, Dr Arun Mittal, „Communication and Its Impact on the Consumer Buying Motivations for Luxury Goods: An Empirical Study in the Indian Context”. <i>Journal of Content, Community & Communication, Amity School of Communication</i> , Vol. 17 Year 9, Sept. (SI), 2023, ISSN 2395-7514 (Print), citează la pagina 178 și menționează la bibliografie articolul AMĂLĂNCEI, B. M. , „Storytelling and Image in Brand Communication”. <i>Argumentum: Journal the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory & Rhetoric</i> , Vol. 19, No. 1, 2021 https://www.amity.edu/gwalior/jccc/pdf/14sep-23.pdf (Anexa 3.3.1. dosar)	2
19.	Katarzyna Kaczor, Wszystko czego chcę, to Ty. „Między odświeżeniem marki a zmianą paradygmatu – Chanel N° 5 w XXI wieku” („All I want is You. Between brand refresh and paradigm shift – Chanel N° 5 in the 21st century”). <i>Media Biznes Kultura</i> nr. 2 (15) 2023 / Vol. 2 (15)2023, ISSN 2451-1986, eISSN 2544-2554, citează la pagina 85 și menționează la bibliografie articolul AMĂLĂNCEI, B. M. , „Storytelling and Image in Brand Communication”. <i>Argumentum: Journal the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory & Rhetoric</i> , Vol. 19, No. 1, 2021 https://ejournals.eu/czasopismo/media-biznes-kultura/artukul/wszystko-czego-chce-to-ty-miedzy-odswiezeniem-marki-a-zmiana-paradygmatu-chanel-ndeg-5-w-xxi-wieku (Anexa 3.3.1. dosar)	2
20.	Irene Russo, Gloria Comandini, Tommaso Caselli, Viviana Patti, „Share and Shout: Proto-Slogans in Online Political Communities”. <i>Journal for Language Technology and Computational Linguistics</i> 35(2):33-49, 2022, ISSN 2190-6858, citează la pagina 37 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei, B.-M. , Cîrțiță-Buzoianu, C., & Daba-Buzoianu, C., „Looking for the best slogan: an analysis of the slogans of the 2016 Romanian parliament campaign”. <i>Studies and Scientific Researches, Economics Edition</i> , 26 (1), 2017 https://jlcl.org/article/download/228/226 (Anexa 3.3.1. dosar)	2

21.	Reza Praditya Yudha, „The Popularity of the Regent Figures and Slogans in the Perspective of Socio-Cultural Mediatization”. <i>ARISTO Journal</i> , Vol. 11, No 1, 2023, p-ISSN 2338-5162, e-ISSN 2338-5162, citează la pagina 127 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei, Brîndușa-Mariana , Cîrțiță-Buzoianu, Cristina, and Daba-Buzoianu, Corina, „Looking for the Best Slogan: An Analysis of the Slogans of the 2016 Romanian Parliamentary Campaign”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> 26 (1), 2017 https://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/view/RPY/2400 (Anexa 3.3. dosar)	2
22.	Tincheva, Nelly, „What's in a Political Slogan?”. <i>Philologia</i> 38: pp. 57–70, 2020, ISSN 0204–8779, citează la pagina 58 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei, Brîndușa-Mariana , Cîrțiță-Buzoianu, Cristina, and Daba-Buzoianu, Corina, „Looking for the Best Slogan: An Analysis of the Slogans of the 2016 Romanian Parliamentary Campaign”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> 26 (1), 2017 https://ssrn.com/abstract=4513673 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
23.	Daniel Ofomegbe Ekhareafo & Waheed Shotonwa, „Sloganeering in electoral campaigns in Nigeria”. Ezekiel S. Asemah Daniel O. Ekhareafo Tsegysu Santas (eds.), <i>Thoughts on Political Communication in Nigeria</i> , GO University Press Jideofor St, Thinkers Corner 400001, Enugu, 2022, ISBN 978-978-548-309-3, citează la pagina 44 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei, B.-M. , Cîrțiță-Buzoianu, C., & Daba-Buzoianu, C., „Looking for the best slogan: an analysis of the slogans of the 2016 Romanian parliament campaign”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , 26, 2017 https://www.researchgate.net/publication/362827039_Thoughts_on_Political_Communication_in_Nigeria-PdF (Anexa 3.3.1. dosar)	2
24.	Peter Rabson Mziray & Bazili Evarist Bamuhiga, „A Linguistic Analysis of Mobile Phone Companies' Slogans: A Case of Vodacom and Tigo in Tanzania”. <i>Journal of Language and Literature</i> Vol. 21 No. 1 – April 2021 ISSN 1410-5691 (print), 2580-5878 (online), pp. 24–34, citează la pagina 25 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei, B.-M. , Cîrțiță-Buzoianu, C., & Daba-Buzoianu, C., „Looking for the best slogan: an analysis of the slogans of the 2016 Romanian parliament campaign”, în <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , 26, 2017 https://e-journal.usd.ac.id/index.php/JOLL/article/view/2901 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
25.	Saheli Naik, Rahul Mukherjee, Sanchita Dey, ভারদত রাজনন্লতক েংহলত এবং থলাগাদন্ল ভূ লমকা: একট্ট লবদেশণ, chapter 54. Vol. <i>Bhav-O –Bhawna: Multidisciplinary Research Horizons</i> , Volume 3, A Peer-reviewed Volume, edited by Dr. Md. Salauddin Khan, RED'SHINE PUBLICATION, London, 2023, ISBN: 978-1-304-23269-4 ISBN-10: 1-304-23269-7, citează articolul Amălăncei, B.-M. , Cîrțiță-Buzoianu, C., & Daba-Buzoianu, C., „Looking for the best slogan: an analysis of the slogans of the 2016 Romanian parliament campaign”, în <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , 26, 2017 https://www.ksmv.ac.in/SSR/142950978-1-304-23269-4_Vol%203.pdf#page=365 https://scholar.google.ro/scholar?oi=bibs&hl=ro&cites=15733353759878619644&as_sdt=5	2
26.	Cecilia Molinari de Rennie, „Art, Science, and Ideology in 19th-century Advertisement for Liebig's Extract of Meat”. <i>HYLE – International Journal for Philosophy of Chemistry</i> , Vol. 21 (2015), No. 1, pp. 39–60, ISSN 1433-5158, citează articolul Amalancei, B. , „Argutie et publicité”. <i>Scientific Journal of Humanistic Studies</i> , 7, 2012, pp. 208–214 https://www.hyle.org/journal/issues/21-1/rennie.htm (Anexa 3.3.1. dosar)	2

27.	Camila López Echagüe, Cecilia Molinari de Rennie, „Discursos científicos y recontextualizaciones mediáticas: análisis multimodal de un aviso publicitario”. <i>ARIEL. Revista de Filosofía</i> , nr. 17/2015, ISSN 1688-6658, citează la pagina 37 și menționează la bibliografie articolul Amalancei, B. , „Argutie et publicité”. <i>Scientific Journal of Humanistic Studies</i> , 7, 2012, pp. 208–214 https://arielenlinea.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/11/ariel-17.pdf (Anexa 3.3.1. dosar)	2
28.	Cecilia Molinari de Rennie, „Advertising Capitalism: A Critical Analysis of Early 20th Century LEMCO Trading Cards” / „Capitalismo publicitário: uma análise crítica dos cartões promocionais de LEMCO do início do século XX”. <i>Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso</i> , 15(4)/2020, ISSN 2176-4573, citează la pagina 178 și menționează la bibliografie articolul Amalancei, B. , „Argutie et publicité”. <i>Scientific Journal of Humanistic Studies</i> , 7, 2012, pp. 208–214 https://doi.org/10.1590/2176-457347460 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
29.	Molinari, C., „Una variedad (casi) infinita: representaciones femeninas en textos promocionales de LEMCO 1880-1910”. <i>Revista VIS: Revista Do Programa De Pós-Graduação Em Artes Visuais</i> , 19(2), 2020, pp. 159–170, ISSN 2447-2484, citează la pagina 162 și menționează la bibliografie articolul Amalancei, B. , „Argutie et publicité”. <i>Scientific Journal of Humanistic Studies</i> , 7, 2012, pp. 208–214 https://periodicos.unb.br/index.php/revistavis/issue/view/2137/493 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
30.	Nur Shabrina Meutia, Endang Sulistiyani, Ima Kurniastuti, Rita Sari, Yauwan Tobing Lukiyono, „Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Digital Branding pada Pondok Pesantren Al-Muin Syarif Hidayatullah”. <i>Journal of Dedicator Community</i> , Vol 7 No 1 April 2023: 025–032, ISSN 2548-8783 (p); 2548-8791 (e), citează la pagina 26 și menționează la bibliografie articolul Amalancei, B. , Cîrțiță-Buzoianu, C. & Mares, G., „University Branding: Using Social Media Tools In Higher Education Marketing”. S.L., <i>International Technology, Education And Development Conference, INTED2021 proceedings, 2021, INTED2021, 2021</i> , pp. 1458–1464 https://ejournal.unisnu.ac.id/JDC/article/view/3847 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
31.	YANINA LISUN, „ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ І БРЕНДИНГ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄВРОПИ” („Digital Marketing and Branding of Higher Education in Ukraine and European Countries”). <i>Economics and Business Management</i> , Vol 14, No 3 (2023), ISSN 2786-7390, (Print) ISSN 2786-7404 (Online), citează la pagina 86 și menționează la bibliografie articolul Amalancei, B. , Cîrțiță-Buzoianu, C. & Mares, G., „University Branding: Using Social Media Tools In Higher Education Marketing”. S.L., <i>International Technology, Education And Development Conference, INTED2021 proceedings, 2021, INTED2021, 2021</i> , pp. 1458–1464 DOI: http://dx.doi.org/10.31548/economics14(3).2023.073 Домашня сторінка > Том 14, № 3 (2023) https://www.journals.nubip.edu.ua/index.php/bioeconomy/article/view/46341 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
32.	Candraswari Jauhar Malika, „Diving Deep into Digital Footprints: A Comparative Analysis of Social Media Engagement in Indonesian Universities”. <i>International Journal of Science and Research Archive</i> , 2024, 12(01), 2230–2234, ISSN 2582-8185, menționează la bibliografie articolul Amalancei, B. , Cîrțiță-Buzoianu, C. & Mares, G., „University Branding: Using Social Media Tools In Higher Education Marketing”. S.L., <i>International Technology, Education And Development Conference, INTED2021 proceedings, 2021, INTED2021, 2021</i> , pp. 1458–1464 https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.12.1.1040 https://ijrsra.net/sites/default/files/IJSRA-2024-1040.pdf (Anexa 3.3.1. dosar)	2

33.	Duy Le Vu and Hong Minh Ngoc Tran, 2024, „The Impact of Social Media Advertising on Vietnamese Students' Online Course Purchasing Decisions: A Case Study in the Mekong Delta”. <i>Proceedings of the 2023 7th International Conference on Software and e-Business (ICSeB '23)</i> , Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, pp. 27–32, ISBN 979-8-4007-1723-9, menționează la bibliografie articolul Amalancei, B. , Cîrțiță-Buzoianu, C. & Mares, G., „University Branding: Using Social Media Tools In Higher Education Marketing”. <i>S.L., International Technology, Education And Development Conference, INTED2021 proceedings, 2021, INTED2021, 2021, pp. 1458–1464</i> https://doi.org/10.1145/3641067.3641078 https://dl.acm.org/doi/10.1145/3641067.3641078#bibliography (Anexa 3.3.1. dosar)	2
34.	Kılınç, Ö., Bayçu, S., „Reklamlarda Kokunun Sunumu: Parfüm Reklamları Üzerine Bir İnceleme” („The Presentation Of Smell In Advertisements: An Analysis On Perfume Advertisements”). <i>Egemia</i> , 4, 2019, e-ISSN 2636-8471, citează la pagina 47 și menționează la bibliografie articolul Amalancei, B. M. , „Representations of the Olfactory Concept in Advertising: A Case Study”. <i>Argumentum: Journal the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory & Rhetoric</i> , Vol. 16, No. 1, 2018 https://dergipark.org.tr/en/pub/egemiadergisi/issue/44930 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
35.	Weronika Muszyńska, „Znaczenie marki osobistej menedżera dla tworzenia wartości rynkowej współczesnego przedsiębiorstwa” („The Importance of a Manager's Personal Brand for Creating a Modern Company's Market Value”). <i>KWARTALNIK NAUK O PRZEDSIĘBIORSTWIE</i> , no. 4/2022, ISSN 1896-656X, e-ISSN 2719-3276, citează la paginile 110, 111 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei B.M. , „The contribution of gestures to personal branding”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , No. 21, 2015, pp. 89–95 https://doi.org/10.33119/KNoP.2022.66.4.7 https://www.cceeol.com/search/article-detail?id=1098795 https://econjournals.sgh.waw.pl/KNoP/article/view/3062 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
36.	Weronika Muszyńska, „Personal Brand as a Game Changer in Building the Recognition of Doctoral Students”. <i>The Scientific and Academic Environment, Research Papers of Wroclaw University of Economics and Business</i> , Vol. 68, No. 2/2024, ISSN 2392-0041, citează la pagina 24 și menționează la bibliografie articolul Amălăncei B.M. , „The contribution of gestures to personal branding”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , No. 21, 2015, pp. 89–95 https://dbc.wroc.pl/Content/126932/Muszyńska_Personal_Brand_as_a_Game_Changer_in_Building.pdf (Anexa 3.3.1. dosar)	2
37.	Rodica-Maricica Cârlan, „The Importance of Media in Shaping Public Opinion. The Case of War Representations in Britain”. <i>Cultural Transformations and Approaches to Language, Literature and Communication in Society</i> , 2024, Editura Alma Mater, Bacău, ISBN 978-606-527-723-6, citează la pagina 27 și menționează la bibliografie Amălăncei Brîndușa-Mariana , <i>Manipulare și persuasiune</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2015 (Anexa 3.3.1. dosar)	2
38.	Rizki, I., Usman, B., Samad, I. A., Muslem, A., & Mahmud, M., „Rhetorical Pattern of Political Advertisement in Aceh”. <i>Studies in English Language and Education</i> , 6(2), 2019, pp. 212–227, Print ISSN 2355-2794, Online ISSN 2461-0275, citează la pagina 217 și menționează la bibliografie articolul Amalancei, B. M. , Cirtita-Buzoianu, C., & Daba-Buzoianu, C., „Looking for the best slogan”. <i>Studies and Scientific Researches</i> , 26, 2017, pp. 6–14 https://doi.org/10.24815/siele.v6i2.13851 (Anexa 3.3.1. dosar)	2

39.	Anubha Upadhaya, Atul Loomba, „Consolidating Employability and Communication Skills in Higher Education: An Integrative Review”. <i>International Journal of Scientific Development and Research (IJS DR)</i> , Volume 9, Issue 4, April 2024, ISSN: 2455-2631, citează la pagina 1285 și menționează la bibliografie articolul Cîrțiță-Buzoianu, Cristina, Tzafilkou, Katerina, Măță, Liliana, Amălăncei, Brîndușa-Mariana , „Evaluation of Online and Offline Communication Skills in Higher Education”, în <i>Sustainability</i> , 2022, 14 (24), 17039, pp. 1–14 https://www.ijedr.org/papers/IJEDR2404188.pdf (Anexa 3.3.1. dosar)	2
3.3.2. Recenzii în publicații cu ISBN sau ISSN		
1.	Bălinișteanu, Cătălina-Dumitrița, „The Advertising discourse between rhetoric and pragmatics, book review (Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010)”. <i>Interstudia. Communication et discours. Dimensions postmodernes</i> , nr. 10(2)/ 2011, Editura „Alma Mater”, Bacău, pp. 224–226, ISSN 2065-3204 (Anexa 3.3.2. dosar)	5
2.	Culea, Mihaela, <i>The analysis of gestures. A Propaedeutic by Brîndușa-Mariana Amălăncei</i> , book review (<i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015). <i>Studies in Linguistics, Culture, and FLT</i> , 12(2)/2024, pp. 245–247, e-ISSN 2534-9538, p-ISSN 2534-952X https://doi.org/10.46687/RJPB6013 (Anexa 3.3.2. dosar)	5
3.	Culea, Mihaela, <i>The Public Debate Spectacle</i> , Brîndușa-Mariana Amălăncei , book review (<i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015). <i>Cultural Perspectives – Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i> , nr. 29/2024, pp. 291–294, ISSN 1224-239X (Anexa 3.3.2. dosar)	5
3.4. Keynote speaker		
Conferințe în plenară la colocvii, simpozioane, conferințe, congrese (a) internaționale/(b) naționale		
3.5. Stagii în străinătate		
3.5.1. Stagiul de cercetare în străinătate (exclusiv Erasmus - staff mobility)		
3.5.2. Visiting professor documentat ca atare, prin contract sau invitație		
3.6. Prezența în baze de date și în biblioteci din țară și străinătate Thomson Reuters/Web of Science, Scopus, ProQuest Central, Ebsco, Wiley Online, CEEOL, JSTOR, Oxford Journals, Ulrichs, ISSN, ERIH (exclus Google Scholar/Academic); KVK, worldcat.org, lib.washington.edu, în cataloagele B.C.U. București, Cluj, Iași, Timișoara, B.A.R.		
96 de prezențe		100
13. Thomson Reuters/Web of Science – 4		

1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „New Trends in Brand Strategies”. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences. World _olumen_son Administrative and Political Sciences</i> , volumul 81/2013, pp. 275–279 https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000323738200049
2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Gestures and Dialogic Communication”. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , volumul 143/2014, pp. 902-906 https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000345440000170
3.	Corina Daba-Buzoianu, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Exploring Physician-Older Patient Communication. A Qualitative Analysis of Communication between Older Patients and General Practitioners”. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations/Revista Română de Comunicare și Relații Publice</i> , volume 20, no. 1(43), April 2018, College of Communication and Public Relations – NUPSPA Publisher, Bucharest, pp. 47–58 https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000548320300004
4.	Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Katerina Tzafilkou, Liliana Măț, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Evaluation of Online and Offline Communication Skills in Higher Education”. <i>Sustainability</i> , 14 (24)/2022, 17039, pp. 1–14 https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000902804700001
II. SCOPUS – 4	
1.	Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Katerina Tzafilkou, Liliana Măț, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Evaluation of Online and Offline Communication Skills in Higher Education”. <i>Sustainability</i> , 14 (24/2022), 17039, pp. 1–14 https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85144879994&origin=resultslist
2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Fragrances and the Spirits of the Cities”. <i>Cultural Perspectives. Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i> , 25/2020, Alma Mater Publishing House, Bacău, pp. 7–24 https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85168924247&origin=resultslist
3.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „How Brands Communicate. Leonidas – A Kept Promise”. <i>Cultural Perspectives. Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i> , 24/2019, Alma Mater Publishing House, Bacău, pp. 9–26 https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85171161069&origin=resultslist
4.	Corina Daba-Buzoianu, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Exploring Physician-Older Patient Communication. A Qualitative Analysis of Communication between Older Patients and General Practitioners”. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations/Revista Română de Comunicare și Relații Publice</i> , 20, no. 1(43), April 2018, College of Communication and Public Relations – NUPSPA Publisher, Bucharest, pp. 47–58 https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85063792791&origin=resultslist

III. CEEOL – 11	
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „L’intertextualité dans la publicité”. <i>Langue et Société. Discours et Pouvoir. Revue du Centre Interdisciplinaire d’étude des formes discursives contemporaines INTERSTUD</i> , nr. 4/2009, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 74–81 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=18476
2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Figures et effets rhétoriques dans la publicité”. <i>Interstudia. Paradigmes identitaires contemporains</i> , nr. 7/2010, Editura Alma Mater, Bacău, pp.57–65 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=250793
3.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Le ludique dans la communication publicitaire”. <i>INTERSTUDIA. Communication et discours. Dimensions postmodernes</i> , nr. 10(2)/2011, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 161–169 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=120747
4.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Visual Identity in Advertising”. <i>INTERSTUDIA. Cultural spaces. Identity within/beyond borders</i> , nr. 11(2)/2012, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 125–131 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=268385
5.	Adriana-Gertruda Romedea, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „La chronologie du temps dans le roman <i>Le père Goriot</i> d’Honoré de Balzac”. <i>Interstudia. Formes discursives. Rêve et réalité</i> , nr. 20/2016, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 141–152 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=884113
6.	Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Possible Worlds within Political Discourse: A Perspective on Romanian Elders”. <i>INTERSTUDIA</i> , vol. 21, nr.1/2017, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 98–107 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=569384
7.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Cristina Cîrțiță-Buzoianu, „The Dream and the Advertising Imaginary”. <i>INTERSTUDIA</i> , vol. 21, nr.1/2017, Editura Alma Mater, Bacău, pp. 164–170 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=569515
8.	Corina Daba-Buzoianu, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Exploring Physician-Older Patient Communication. A Qualitative Analysis of Communication between Older Patients and General Practitioners”. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations/Revista Română de Comunicare și Relații Publice</i> , 20, no. 1(43), April 2018, College of Communication and Public Relations – NUPSPA Publisher, Bucharest, pp. 47–58 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=669308
9.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „How Brands Communicate. Leonidas – A Kept Promise”. <i>Cultural Perspectives. Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i> , 24/2019, Alma Mater Publishing House, Bacău, pp. 9–26 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=810051

10.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Fragrances and the Spirits of the Cities”. <i>Cultural Perspectives. Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i> , 25/2020, Alma Mater Publishing House, Bacău, pp. 7–24 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=912014
11.	Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Gabriel Mareș, Venera-Mihaela Cojocariu, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Social Inclusion of Students from Disadvantaged Backgrounds: New Strategic Approaches to Educational Counselling and Communication”. <i>Revista Românească pentru Educație Multidimensională</i> , Vol.15, No.1/2023, pp. 482–504 https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1109066
IV. KVK – 30	
<u>BVB – BibliotheksVerbund Bayern Solr-Zugang</u>	
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://bvbat01.bib-bvb.de/TP61/start.do?Language=De&Query=1035%3D%22BV047889200%22+IN+%5B1%5D
<u>Subito</u>	
2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=SUBITO&url=https%3A%2F%2Fsearch.subito-doc.de%2Fvufind%2FRecord%2F%28DE-604%29BV047889200%3Fcaller%3Dkvk&signature=HBEBCCZLEYTfUGJZ8eqLPHSIEiTzWLUt0HKXLtlpjZc&showCoverImg=1
3.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Loyalty – The Nucleus of Brand Capital. Case Study: Rom Chocolate Bar”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no.18/2013, pp. 274–281 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=SUBITO&url=https%3A%2F%2Fsearch.subito-doc.de%2Fvufind%2FRecord%2F%28DE-627%29786843586%3Fcaller%3Dkvk&signature=qo1HuLQvy-KSBI_kMbVEwPplBRmpwdCI7FdI_P0o3Y&showCoverImg=1
<u>hebis, Union Catalog Hesse</u>	
4.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 http://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=HEBIS&url=http%3A%2F%2Fcsopac.rz.uni-frankfurt.de%2FDB%3D2.1%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FCOOKIE%3DU203%2CK203%2CI251%2CB1999%2B%2B%2B%2B%2B%2CSN%2CNDdefault%2Blogin%2CD2.1%2CE0d5ebcfa-0%2CA%2CH%2CR129.13.130.211%2CFY%2FSET%3D1%2FSHW%3FFRST%3D1%26bibtip_docid%3D466468202&signature=ihd085rk6_cHgB_ZdgkjAVaI-uzSKL2hj0kuZaRLD8kI&showCoverImg=1

5.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015 http://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=HEBIS&url=http%3A%2F%2Fcsopac.rz.uni-frankfurt.de%2FDB%3D2.1%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FCOOKIE%3DU203%2CK203%2CI251%2CB1999%2B%2B%2B%2B%2CSN%2CNDefault%2Blogin%2CD2.1%2CE0d5ebcfa-0%2CA%2CH%2CR129.13.130.211%2CFY%2FSET%3D1%2FSHW%3FFRST%3D2%26bibtip_docid%3D46646729X&signature=zKNdrFL0iQAB09dANZQmPm9vbkNBW1wfRYz0MHQBjIY&showCoverImg=1
6.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010 http://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=HEBIS&url=http%3A%2F%2Fcsopac.rz.uni-frankfurt.de%2FDB%3D2.1%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FCOOKIE%3DU203%2CK203%2CI251%2CB1999%2B%2B%2B%2B%2CSN%2CNDefault%2Blogin%2CD2.1%2CE0d5ebcfa-0%2CA%2CH%2CR129.13.130.211%2CFY%2FSET%3D1%2FSHW%3FFRST%3D3%26bibtip_docid%3D466466218&signature=7fUfPQq0mk7PeavdFFRP7z6fCfE-eJVpoQd1HtTYgO0&showCoverImg=1
K10plus – Union Catalog of GBV and SWB	
7.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Andreia-Irina Suci, <i>Cultural Diversity Matters – How Discourse Shapes Perspectives on Migrant Populations (CultDivMas) – Racism and cultural diversity in the Mass Media</i> , Baku International Multicultural Center, Azerbaijan, 2022 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=K10PLUS&url=https%3A%2F%2Fopac.k10plus.de%2FDB%3D2.299%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FSET%3D1%2FPPNSET%3FPPN%3D1882906705%26PRS%3DHOL&signature=ZDTxx_KdgkqoisYJqvPzDnHHyMN0dIdrSDaH8IJAWwA&showCoverImg=1
8.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Cristina Cîrîță-Buzoianu, Corina Daba-Buzoianu, „Looking for the Best Slogan: An Analysis of the Slogans of the 2016 Romanian Parliamentary Campaign”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 2017, pp. 6–14 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=K10PLUS&url=https%3A%2F%2Fopac.k10plus.de%2FDB%3D2.299%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FSET%3D1%2FPPNSET%3FPPN%3D1016573235%26PRS%3DHOL&signature=VOfsvLJM1HUY5SQA656_8PbreZPnpTc882kEOeo7WA&showCoverImg=1
9.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterei publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=K10PLUS&url=https%3A%2F%2Fopac.k10plus.de%2FDB%3D2.299%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FSET%3D1%2FPPNSET%3FPPN%3D1066525137%26PRS%3DHOL&signature=5sNcAJCIPP0GVasK2PxSW19wapymOerCz5bvEYpOi94&showCoverImg=1

10.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=K10PLUS&url=https%3A%2F%2Fopac.k10plus.de%2FDB%3D2.299%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FSET%3D1%2FPNSET%3FPN%3D1066524459%26PRS%3DHO&signature=6iCkjiRpEU3Ep9MHsApz9kWyf0j-qfGmqScMbF9kcx0&showCoverImg=1
11.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Feminine vs. Masculine Gestural Marketing. Case Study: The French Presidential Debate on May 2, 2007”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 22/2015, pp. 70–80 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=K10PLUS&url=https%3A%2F%2Fopac.k10plus.de%2FDB%3D2.299%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FSET%3D1%2FPNSET%3FPN%3D1015326080%26PRS%3DHO&signature=8E2VPQ3izWB2ew5aWlo4DLdgI3Y-CFmj9CE7ZIIcy5s&showCoverImg=1
12.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „The Contribution of Gestures to Personal Branding”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 21/2015, pp. 89–95 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=K10PLUS&url=https%3A%2F%2Fopac.k10plus.de%2FDB%3D2.299%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FSET%3D1%2FPNSET%3FPN%3D1015309828%26PRS%3DHO&signature=qmu1Q8xjYz4k3c0S8hltmbVXoLIGoHAteXI-1T74ypc&showCoverImg=1
13.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Loyalty – The Nucleus of Brand Capital. Case Study: Rom Chocolate Bar”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no.18/2013, pp. 274–281 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=K10PLUS&url=https%3A%2F%2Fopac.k10plus.de%2FDB%3D2.299%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FSET%3D1%2FPNSET%3FPN%3D786843586%26PRS%3DHO&signature=sxvMA4T20Tw4qtTOmiUX8dgDpWnI_fmCJw30AIZ7DS4&showCoverImg=1
14.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=K10PLUS&url=https%3A%2F%2Fopac.k10plus.de%2FDB%3D2.299%2FCHARSET%3DUTF-8%2FIMPLAND%3DY%2FLNG%3DDU%2FSRT%3DYOP%2FTTL%3D1%2FSET%3D1%2FPNSET%3FPN%3D1665001372%26PRS%3DHO&signature=AS0q5jcfwLWLQ1n5pB7h8-smE1lvQbmTt0usYhY2GSQ&showCoverImg=1
VThK – Zentralkatalog der Bibliotheken der Evangelischen Landeskirche in Württemberg	
15.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Corina Daba-Buzoianu, „Looking for the Best Slogan: An Analysis of the Slogans of the 2016 Romanian Parliamentary Campaign”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 2017, pp. 6–14 https://elk-wue.boss.bsz-bw.de/Record/(DE-627)1016573235?sid=15423988

16.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „The Contribution of Gestures to Personal Branding”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 21/2015, pp. 89–95 https://elk-wue.boss.bsz-bw.de/Record/(DE-627)1015309828?sid=15423988
17.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Feminine vs. Masculine Gestural Marketing. Case Study: The French Presidential Debate on May 2, 2007”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 22/2015, pp. 70–80 https://elk-wue.boss.bsz-bw.de/Record/(DE-627)1015326080?sid=15423988
SUDOC, French Union Catalog	
18.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=ABES&url=https%3A%2F%2Fwww.sudoc.fr%2F229898254&signature=fjDyVNjtRfLDhTvWsw8tTEydl3pOdYK5fq1SSx6Robs&showCoverImg=1
19.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=ABES&url=https%3A%2F%2Fwww.sudoc.fr%2F229897193&signature=xf9-BscM1I9kRglJ4Vne3tIVTNZTvMOIU59KgOPbo-s&showCoverImg=1
20.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=ABES&url=https%3A%2F%2Fwww.sudoc.fr%2F229899617&signature=n96NB1QWsvk3vxDCtrpWUCWh-mWDLMulTkFezO9SXBk&showCoverImg=1
21.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Andreia-Irina Suci, <i>Cultural Diversity Matters – How Discourse Shapes Perspectives on Migrant Populations (CultDivMas) – Racism and cultural diversity in the Mass Media</i> , Baku International Multicultural Center, Azerbaijan, 2022 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=ABES&url=https%3A%2F%2Fwww.sudoc.abes.fr%2FDB%3D2.1%2FCOOKIE%3DU10178%2CKlecteurweb%2CD2.1%2CE0d34a23d-d10%2CI250%2CB341720009%2CSY%2CQDEF%2CA%255C9008%2B1%2C%2CJ%2CH2-26%2C%2C29%2C%2C34%2C%2C39%2C%2C44%2C%2C49-50%2C%2C53-78%2C%2C80-87%2CNLECTEUR%2BPSI%2CR10.34.103.180%2CFN%2CMNN%2FPPNSET%3FPPN%3D281366055&signature=ssybT1fZo66ZgD1_TgD4hf16f4o37mepix1CfcVnmLg&showCoverImg=1
Union Catalogue of Finnish University Libraries	
22.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 http://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=FINNLAND_VERBUND&url=http%3A%2F%2Fmelinda.kansalliskirjasto.fi%2FF%2F5GH9JKB5DM827QA8HTDNFKL3XAIT3QIY45DCCS115KYYVDQJDM-00060%3Ffunc%3Dfull-set-set%26set_number%3D027402%26set_entry%3D000001%26format%3D999&signature=sh6FGwl2sBYglHcjPUzoL7B75ygJS7ArZWWMefVmGU&showCoverImg=1

23.	Brîndușă-Mariana Amălăncei, <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i>, Editura Eikon, București, 2015 http://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=FINNLAND_VERBUND&url=http%3A%2F%2Fmelinda.kansalliskirjasto.fi%2F%2F5GH9JKB5DM827QA8HTDNFKL3XAIT3QIY45DCCS115KYYVDQJDM-00062%3Ffunc%3Dfull-set-set%26set_number%3D027402%26set_entry%3D000002%26format%3D999&signature=mTFshLXCba4MdPwFn-l6RR6_u6qtcwK2vsj- yz7_XU0&showCoverImg=1
24.	Brîndușă-Mariana Amălăncei, <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i>, Editura Performantica, Iași, 2010 http://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=FINNLAND_VERBUND&url=http%3A%2F%2Fmelinda.kansalliskirjasto.fi%2F%2F5GH9JKB5DM827QA8HTDNFKL3XAIT3QIY45DCCS115KYYVDQJDM-00064%3Ffunc%3Dfull-set-set%26set_number%3D027402%26set_entry%3D000003%26format%3D999&signature=hpAZvnRfwgWZlWfnidwAjTeSb3OnO2m4XoeHFPd3otU_&showCoverImg=1
Directory of Open Access Journals	
25.	Brîndușă-Mariana Amălăncei, Victor Manole, Gheorghe Epuran, „Communication et relations publiques dans l’Union Européenne”. <i>The Journal of the Faculty of Economics – Economic</i> (University of Oradea), volume 4(2009), pp. 542–546 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=DOAJ&url=https%3A%2F%2Fdoaj.org%2Farticle%2F59545a785f4d443c89fc5309d455bde8&signature=14hxcnePa9R2vB-LLdlXxGcAZvz5m86cI3CvKQnCSjc
26.	Corina Daba-Buzoianu, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușă-Mariana Amălăncei, „Exploring Physician-Older Patient Communication. A Qualitative Analysis of Communication between Older Patients and General Practitioners”. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations/Revista Română de Comunicare și Relații Publice</i>, 20, no. 1(43), April 2018, College of Communication and Public Relations – NUPSPA Publisher, Bucharest, pp. 47–58 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=DOAJ&url=https%3A%2F%2Fdoaj.org%2Farticle%2F6ea9d85cfe64ce283bb70cc346e6197&signature=ReqUSazF7dX1hngnQ_sRIMX4tFz_uMYtGkDmQj4Sb5c
27.	Brîndușă-Mariana Amălăncei, „Loyalty – The Nucleus of Brand Capital. Case Study: Rom Chocolate Bar”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i>, no.18/2013, pp. 274–281 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=DOAJ&url=https%3A%2F%2Fdoaj.org%2Farticle%2Fef166ecac48244e8aae12055181b7a49&signature=VGRZ2loxUPiuY3hd7GqYOirCYxrKKr4kK8kM1LR-O4

Czech Union Catalog	
28.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=VERBUND_TSCHECHIEN&url=https%3A%2F%2Faleph.nkp.cz%2F%2FKECBP1KEL64XU3S1LQ2C811X62L5GSQK379QCA3PMN7B2BD2A2-01549%3Ffunc%3Dfull-set-set%26set_number%3D155557%26set_entry%3D000001%26format%3D999&signature=IA5iTYRlTY0gDESH3QwaeNgClfn69XvdCs5_NNoJmbI&showCoverImg=1
29.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=VERBUND_TSCHECHIEN&url=https%3A%2F%2Faleph.nkp.cz%2F%2FKECBP1KEL64XU3S1LQ2C811X62L5GSQK379QCA3PMN7B2BD2A2-01550%3Ffunc%3Dfull-set-set%26set_number%3D155557%26set_entry%3D000002%26format%3D999&signature=lfCd2cIHYnZ3akAKsSqFH0O50xLzP63mAGT8d-120zw&showCoverImg=1
30.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://kvk.bibliothek.kit.edu/view-title/index.php?katalog=VERBUND_TSCHECHIEN&url=https%3A%2F%2Faleph.nkp.cz%2F%2FKECBP1KEL64XU3S1LQ2C811X62L5GSQK379QCA3PMN7B2BD2A2-01551%3Ffunc%3Dfull-set-set%26set_number%3D155557%26set_entry%3D000003%26format%3D999&signature=w3BzPswOwMF2Go6ysDWwYn-36jGVhZ7e3VHWSU1--Rs&showCoverImg=1
V. worldcat.org – 13	
1.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „New Trends in Brand Strategies”. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences. World _olumen_ son Administrative and Political Sciences</i> , 81/2013, pp. 275–279 https://search.worldcat.org/title/5139698701
2.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , „Gestures and Dialogic Communication”. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , volumul 143/2014, pp. 902–906 https://search.worldcat.org/title/5671991960
3.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://search.worldcat.org/title/1112112461
4.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://search.worldcat.org/title/997413794
5.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010 https://search.worldcat.org/title/895321868

6.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Tehnici de argumentare</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2011 https://search.worldcat.org/title/895381464
7.	Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Katerina Tzafilkou, Liliana Măț, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Evaluation of Online and Offline Communication Skills in Higher Education”. <i>Sustainability</i> , 14 (24)/2022, 17039, pp. 1–14 https://search.worldcat.org/title/9715462683
8.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Storytelling and Image in Brand Communication”. <i>Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i> 19(1)/2021, AXIS Academic Foundation Press, Iași, pp. 85–101 https://search.worldcat.org/title/9531122269
9.	Andreia-Irina Suci, Brîndușă-Mariana Amălăncei , Mihaela Culea, „Fiction Books in the Multimodal Society. New Modes of Communication and Marketing Practices in the Book Industry”. <i>Studies and Scientific Researches. Economic Edition</i> , 34/2021, pp. 57–68 https://search.worldcat.org/title/9635828675
10.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Loyalty – The Nucleus of Brand Capital. Case Study: Rom Chocolate Bar”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no.18/2013, pp. 274–281 https://search.worldcat.org/title/870147786
11.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „The Contribution of Gestures to Personal Branding”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 21/2015, pp. 89–95 https://search.worldcat.org/title/7179210644
12.	Corina Daba-Buzoianu, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Exploring Physician-Older Patient Communication. A Qualitative Analysis of Communication between Older Patients and General Practitioners”, în <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations/Revista Română de Comunicare și Relații Publice</i> , _olumen 20, no. 1(43), April 2018, College of Communication and Public Relations – NUPSPA Publisher, Bucharest, pp. 47–58 https://search.worldcat.org/title/7794142142
13.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Andreia-Irina Suci, <i>Cultural Diversity Matters – How Discourse Shapes Perspectives on Migrant Populations (CultDivMas) – Racism and cultural diversity in the Mass Media</i> , Baku International Multicultural Center, Azerbaijan, 2022 https://search.worldcat.org/title/1464248707
VI. lib.washington.edu – 16	
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Loyalty – The Nucleus of Brand Capital. Case Study: Rom Chocolate Bar”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no.18/2013, pp. 274–281 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_ef166ecac48244e8aae12055181b7a49&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei

2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma99162776668901452&context=L&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei
3.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma99162776668701452&context=L&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei
4.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Fragrances and the Spirits of the Cities”. <i>Cultural Perspectives. Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i> , volume 25/2020, Alma Mater Publishing House, Bacău, pp. 7–24 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_eeol_journals_912014&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei
5.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma99162776668801452&context=L&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei
6.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Gestures and Dialogic Communication”. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 143/2014, pp. 90–906 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_crossref_primary_10_1016_j_sbspro_2014_07_524&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei
7.	Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Katerina Tzafilkou, Liliana Măță, Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Evaluation of Online and Offline Communication Skills in Higher Education”. <i>Sustainability</i> , 14 (24)/ 2022, 17039, pp. 1–14 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_proquest_journals_2756812608&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei
8.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , “New Trends in Brand Strategies”. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences. World Congress on Administrative and Political Sciences</i> , 81/2013, pp. 275–279 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_crossref_primary_10_1016_j_sbspro_2013_06_427&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei

9.	Brîndușă-Mariana Amălăncei, „Storytelling and Image in Brand Communication”. <i>Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric</i> 19(1)/2021, AXIS Academic Foundation Press, Bacău, pp. 85–101 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_182faa9acf254ff3946dc79666fa6756&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei&offset=10
10.	Corina Daba-Buzoianu, Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Brîndușă-Mariana Amălăncei, „Exploring Physician-Older Patient Communication. A Qualitative Analysis of Communication between Older Patients and General Practitioners”. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations/Revista Română de Comunicare și Relații Publice</i>, volume 20, no. 1(43), April 2018, College of Communication and Public Relations – NUPSPA Publisher, Bucharest, pp. 47–58 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_proquest_journals_2087379436&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei&offset=10
11.	Brîndușă-Mariana Amălăncei, „How Brands Communicate. Leonidas – A Kept Promise”. <i>Cultural Perspectives. Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania</i>, 24/2019, Alma Mater Publishing House, Bacău, pp. 9–26 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_eeol_journals_810020&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei&offset=10
12.	Brîndușă-Mariana Amălăncei, Victor Manole, Gheorghe Epuran, „Communication et relations publiques dans l’Union Européenne”. <i>The Journal of the Faculty of Economics – Economic</i> (University of Oradea), volume 4(2009), pp. 542–546 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_59545a785f4d443c89fc5309d455bde8&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei&offset=10
13.	Andreia-Irina Suci, Brîndușă-Mariana Amălăncei, Mihaela Culea, „Fiction Books in the Multimodal Society. New Modes of Communication and Marketing Practices in the Book Industry”. <i>Studies and Scientific Researches. Economic Edition</i>, 34/2021, pp. 57–68 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_4acc20931da84302ab35698943366a8b&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei&offset=10

14.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „Feminine vs. Masculine Gestural Marketing. Case Study: The French Presidential Debate on May 2, 2007”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 22/2015, pp. 70–80 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_f9678df38c814cf6899a3ef73ababd70&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei&offset=10
15.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , „The Contribution of Gestures to Personal Branding”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 21/2015, pp. 89–95 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_126f2826008547a080c4728cc9a8a0ca&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei&offset=10
16.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Cristina Cîrțiță-Buzoianu, Corina Daba-Buzoianu, „Looking for the best slogan: an analysis of the slogans of the 2016 Romanian parliamentary campaign”. <i>Studies and Scientific Researches. Economics Edition</i> , no. 2017, pp. 6–14 https://orbiscascade-washington.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_0076ec5658724bedac09cdfb028a6d6b&context=PC&vid=01ALLIANCE_UW:UW&lang=en&search_scope=UW EVERYTHING&adaptor=Primo%20Central&tab=UW_default&query=any,contains,amalancei&offset=10
VII. B.C.U. Cluj – 5	
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015 http://aleph.bcucluj.ro:8991/F/F7GFC612S934GKY115FNRTCXYTSGFCIYA9A165HTU1RLX1Y2VP-43210?func=full-set-set&set_number=000445&set_entry=000001&format=999
2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010 http://aleph.bcucluj.ro:8991/F/F7GFC612S934GKY115FNRTCXYTSGFCIYA9A165HTU1RLX1Y2VP-43755?func=full-set-set&set_number=000447&set_entry=000002&format=999
3.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 http://aleph.bcucluj.ro:8991/F/F7GFC612S934GKY115FNRTCXYTSGFCIYA9A165HTU1RLX1Y2VP-44023?func=full-set-set&set_number=000448&set_entry=000003&format=999
4.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Tehnici de argumentare</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2011 http://aleph.bcucluj.ro:8991/F/F7GFC612S934GKY115FNRTCXYTSGFCIYA9A165HTU1RLX1Y2VP-44437?func=full-set-set&set_number=000467&set_entry=000004&format=999

5.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , Andreia-Irina Suci, <i>Cultural Diversity Matters – How Discourse Shapes Perspectives on Migrant Populations (CultDivMas) – Racism and cultural diversity in the Mass Media</i> , Baku International Multicultural Center, Azerbaijan, 2022 http://aleph.bcucuj.ro:8991/F/YBT44BFTVJ489BKSG3NYN5NYSAYQQ799R33GEJY1ARHAHEK39-26334?func=full-set-set&set_number=003638&set_entry=000002&format=999
VIII. B.C.U. Iași – 4	
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015
2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010
3.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015
4.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Tehnici de argumentare</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2011 https://aleph-new.bcu-iasi.ro/F/3VRHRMCBYV1HXS3PMVMTLCJUG32FGDMKETEH27PX7CBQ1BULCR-09833?func=find-b&request=amalanței&find_code=WRD&adjacent=Y&local_base=BCU01&x=0&y=0&filter_code_1=WLN&filter_request_1=&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_code_3=WYR&filter_request_3=&filter_code_4=WFM&filter_request_4=&filter_code_5=WSL&filter_request_5=
IX. B.C.U. Timișoara – 4	
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 http://193.230.238.122/F/EEUFSUR8JXAQT5XXM597XI2XQ4R9459JRHMTG5PD95EU664T1F-05787?func=find-b&request=amalanței&find_code=WRD&local_base=CUT01&x=0&y=0&filter_code_1=WLN&filter_request_1=&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_code_3=WYR&filter_request_3=&filter_code_4=WFM&filter_request_4=&filter_code_5=WSL&filter_request_5=
2.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015 http://193.230.238.122/F/EEUFSUR8JXAQT5XXM597XI2XQ4R9459JRHMTG5PD95EU664T1F-06096?func=full-set-set&set_number=001529&set_entry=000002&format=999
3.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Tehnici de argumentare</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2011 http://193.230.238.122/F/EEUFSUR8JXAQT5XXM597XI2XQ4R9459JRHMTG5PD95EU664T1F-06596?func=full-set-set&set_number=001529&set_entry=000003&format=999
4.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010 http://193.230.238.122/F/EEUFSUR8JXAQT5XXM597XI2XQ4R9459JRHMTG5PD95EU664T1F-06649?func=full-set-set&set_number=001529&set_entry=000004&format=999
X. B.A.R. – 5	
1.	Brîndușă-Mariana Amălăncei , <i>Analiza gesturilor. O propedeutică</i> , Editura Eikon, București, 2015 http://aleph23.biblacad.ro:8991/F/SL5ERKD9RT54FJPVIHVCPS16EHEPK3SFUIKRG436F4ISVIS2RA-06963?func=full-set-set&set_number=012550&set_entry=000001&format=999

2.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Manipulare și persuasiune</i> , Bacău, Editura Alma Mater, 2015 http://aleph23.biblacad.ro:8991/F/SL5ERKD9RT54FJPVIHVCPS16EHEPK3SFUIKRG436F4ISVIS2RA-07097?func=full-set-set&set_number=012551&set_entry=000002&format=999	
3.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Retorica și pragmatica discursului publicitar</i> , Editura Performantica, Iași, 2010 http://aleph23.biblacad.ro:8991/F/SL5ERKD9RT54FJPVIHVCPS16EHEPK3SFUIKRG436F4ISVIS2RA-07215?func=full-set-set&set_number=012552&set_entry=000003&format=999	
4.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Spectacolul dezbaterii publice</i> , Editura Eikon, București, 2015 http://aleph23.biblacad.ro:8991/F/SL5ERKD9RT54FJPVIHVCPS16EHEPK3SFUIKRG436F4ISVIS2RA-07331?func=full-set-set&set_number=012553&set_entry=000004&format=999	
5.	Brîndușa-Mariana Amălăncei , <i>Tehnici de argumentare</i> , Editura Alma Mater, Bacău, 2011 http://aleph23.biblacad.ro:8991/F/SL5ERKD9RT54FJPVIHVCPS16EHEPK3SFUIKRG436F4ISVIS2RA-07446?func=full-set-set&set_number=012554&set_entry=000005&format=999	
3.7. Participarea la comisii de experți de evaluare de proiecte, de susținere a tezei de doctorat sau de concurs pentru ocuparea unei funcții didactice sau în cercetare		
1.	Membră în comisia de ocupare a postului de lector universitar, poziția 19, Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, februarie 2016 (Decizia nr. 592/18.12.2015)	2
2.	Președintă în comisia de ocupare a postului de conferențiar universitar, poziția 5, Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, mai 2016 (Decizia nr. 318/30.05.2016)	2
3.	Președintă în comisia de ocupare a postului de conferențiar universitar, poziția 6, Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, mai 2016 (Decizia nr. 318/30.05.2016)	2
4.	Membră în comisia de ocupare a postului de lector universitar, poziția 6, Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic, Facultatea de Științe, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, iunie 2018 (Decizia nr. 223/14.05.2018)	2
5.	Președintă în comisia de ocupare a postului de lector universitar, poziția 14, Departamentul de limbi și literaturi străine, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, februarie 2019 (Decizia nr. 512/17.12.2018)	2
6.	Președintă în comisia de ocupare a postului de lector universitar, poziția 17, Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, februarie 2019 (Decizia nr. 512/17.12.2018)	2
7.	Președintă în comisia de ocupare a postului de conferențiar universitar, poziția 7, Departamentul de limbi și literaturi străine, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, iulie 2019 (Decizia nr. 512/17.12.2018)	2
8.	Președintă în comisia de ocupare a postului de conferențiar universitar, poziția 8, Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, iulie 2019 (Decizia nr. 512/17.12.2018)	2
9.	Președintă în comisia de ocupare a postului de conferențiar universitar, poziția 7, Departamentul de limbi și literaturi străine, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, septembrie 2020 (Decizia nr. 184/20.05.2020)	2

10.	Președintă în comisia de ocupare a postului de conferențiar universitar, poziția 8, Departamentul de limbi și literaturi străine, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, septembrie 2020 (Decizia nr. 184/20.05.2020)	2
11.	Președintă în comisia de ocupare a postului de conferențiar universitar, poziția 9, Departamentul de limbi și literaturi străine, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, septembrie 2020 (Decizia nr. 184/20.05.2020)	2
12.	Membră în comisia de ocupare a postului de asistent universitar, poziția 23, Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, iulie 2022 (Decizia nr. 142/30.05.2022)	2
13.	Președintă în comisia de ocupare a postului de conferențiar universitar, poziția 9, Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, iulie 2022 (Decizia nr. 142/30.05.2022)	2
14.	Președintă în comisia de ocupare a postului de lector universitar, poziția 13, Departamentul de limbi și literaturi străine, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, iulie 2022 (Decizia nr. 142/30.05.2022)	2
15.	Președintă în comisia de ocupare a postului de asistent universitar, poziția 15, Departamentul de limbi și literaturi străine, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, iunie 2023 (Decizia nr. 150/12.05.2023)	2
16.	Membră în comisia de ocupare a postului de asistent universitar, poziția 22, Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, iunie 2023 (Decizia nr. 150/12.05.2023)	2
17.	Președintă în comisia de ocupare a postului de asistent universitar, poziția 14, Departamentul de limbi și literaturi străine, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, iulie 2024 (Decizia nr. 225/27.05.2024)	2
18.	Membră în comisia de ocupare a postului de asistent universitar, poziția 22, Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării, Facultatea de Litere, Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, iulie 2024 (Decizia nr. 225/27.05.2024)	2
TOTAL PUNCTAJ A3		229
PUNCTAJ TOTAL		1639

Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălancei