

Lista lucrărilor științifice în domeniul disciplinelor din postul didactic

A. Teza de doctorat

Târnovan, Anabella M. (2013) *Socio-Communicational Capital in the Online Era. A Strategy for Social Development (Capital Socio-Comunicațional în Era Online. O Strategie de Dezvoltare Socială)*, Coordonator Prof. Univ. Dr. Constantin Schifirneț, Disertație susținută la Școala Doctorală Științele Comunicării, Școala Națională de Studii Politice și Administrative (SNSPA), februarie, București

B. Cărți și capitole de cărți

Cărți

1. Târnovan, A.M. (2015). *Socio-Communicational Capital in the digital age. Communication, social capital, development and social change*. București: Tritonic, ISBN: 978-606-749-108-1

Studii/Capitole în volume colective

2. Târnovan, A.M. (2015). *Social capital and civic engagement in the digital era. An online-offline comparison for Romania*. În Balaban, D.C., Hosu, I., & Mucundorfeanu, M. (Eds.) *PR Trends. Developments and trends in communication* (pp. 193-209). Mittweida: Hoschulverlag Mittweida, ISBN: 9783981514254
3. Târnovan, A.M. (2015). *Network communication and social capital for social change. Exploring communicative social capital in the network society*. In Vizureanu, V. (Ed.). *Rethinking the political in contemporary society: globalization, consumersim, economic efficiency* (pp. 133-163). București: Pro Universitaria, ISBN 978-606-26-0380-9
4. Târnovan, A.M. (2014). *Internet, Communication and Social Capital. Challenges and Perspectives*. In Vlăduțescu, Ș., Smarandache, F., Gîfu, D., & Țenescu, A. (Eds.). *Topical Communication Uncertainties* (pp.126-149). Craiova și Ohio: Editura Sistech (A2) și Zip Publishing, ISBN 978-606-11-4225-5/ISBN 9781599739830
5. Târnovan, A.M. (2012). *Responsabilitate Socială Corporativă ca Strategie PR. Studiu de Caz: Petrom*. În Borțun D. (Ed.) *Responsabilitate socială corporativă: de la relații publice la dezvoltare durabilă*. București: Tritonic, ISBN: 978-606-8320-31-1

C. **Lucrări indexate ISI/BDI publicate în ultimii 10 ani**

1. Dolea, A.; Ingenhoff, D. & **Beju, A.M.** (2020). *Country Images and Identities in Times of Populism: Swiss Media Discourses on the "Stop Mass Immigration" Initiative*, *International Communication Gazette*, Sage Publications, FI 1,877, **DOI:** 10.1177/1748048520913462
2. Târnovan, A.M. (2015). *The Communicative Rationality of Social Capital. A Habermasian Perspective of Social Capital*. *Analele Științifice ale Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași Științe Politice*, Nr. 1., indexare Index Copernicus, EBSCO, CEEOL, Scipio

3. Târnovan, A.M. (2015). Socio-Communicational Capital in the Network Society. Preliminary Considerations. *Revista Saeculum*, Serie Nouă, Nr. 1-2 (39-40), indexare CEEOL, EBSCO
4. Târnovan, A.M. (2015). Homophily in Social Networks, Bridging and Bonding Social Capital. Implications for Development, "Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series, Vol. XV (1), pp. 203-210., indexare EBSCO, RePEc, DOAJ, ULRICHSWEB, J-Gate, Cabell's Directories, ERIHPLUS.

D. Lucrări publicate în ultimii 10 anii în reviste și volume de conferințe cu referenți (neindexate)

1. Târnovan, A.M. (2013). Inequality in the Network Society. Digital Divide in Romania, 2nd Electronic International Interdisciplinary Conference Proceedings (pp. 536-540). Zilina: EDIS-Publishing Institution of the University of Zilina, ISSN: 1339-9977, CD ROM ISSN: 1338-7871, ISBN: 978-80-554-0762-3
2. Târnovan, A.M. (2011). The Social Capital of Brand Communities, În Despres, Charles (ed.), *7th European Conference on Management, Leadership and Governance Proceedings* (pp.402-410). Reading: Academic Publishing Limited, Thomson ISI, ISBN: 978-1-908272-16-4
3. Târnovan, A.M. (2010). Transcultural Values and Meanings in International Marketing and Advertising. 17th International Economic Conference - IECS, Sibiu The Economic World Destiny: Crisis and Globalization Proceedings, Sibiu: Editura Universității „Lucian Blaga” Sibiu, ISBN: 978-973-739-987-8