




Maria
Mustătea

CONTACT

Cetățenie: română

Gen: Feminin

 Facultatea de Științe Politice,
Administrative și ale Comunicării
400132, Cluj-Napoca, România

 mustatea@fspac.ro

 maria.mustatea@ubbcluj.ro

Listă publicații

Teza de doctorat

Mustătea, M. (2020). *Differentiation in digital print advertisements. A comparative perspective.*

Coordonator: Prof. Univ. Dr. Habil. Delia Cristina Balaban

Articole/ studii publicate în reviste de specialitate de circulație internațională recunoscute sau în reviste din țară recunoscute de către CNCSIS

WoS Claryvate (ISI), BDI, Scopus, ERICH+, EBSCO, CEEOL

Balaban, D. C., Iancu, I., **Mustătea, M.**, Pavelea, A., & Culic, L. (2021). „What Determines Young People to Follow Influencers? The Role of Perceived Information Quality and Trustworthiness on Users' Following Intentions.” *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22(3 (51)), 5–19. <https://doi.org/10.21018/rjcpr.2020.3.306>, ISSN: 1454–8100, E-ISSN: 2344–5440.

WoS Claryvate (ISI), Scopus, ERICH+, EBSCO, OCLC World Cat

Balaban, D. C., & **Mustătea, M.** „Privacy Concerns in Mobile Communication. A User's Perspective.” *Philobiblon. Transylvanian Journal of Mustidisciplinary Research in Humanities*.
(în curs de publicare)

BDI, Scopus, ERICH+, EBSCO, CEEOL

Balaban, D. C., & **Mustătea, M.** (2019). „Users' Perspective on the Credibility of Social Media Influencers in Romania and Germany.” *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 21(1 (46)), 31–46. <https://doi.org/10.21018/rjcpr.2019.1.269>, ISSN: 1454–8100, E-ISSN: 2344–5440.

ERICH+, EBSCO, ProQuest, CEEOL

Balaban, D. C., Constantinescu, S. A., Culic, L., **Mustătea, M.** & Pavelea, A. (2019). „The Role of the Perceived Quality of Information and of the Risk – taking Propensity for News Sharing on Facebook.” *Journal of Media Research*, 12(3 (35)), 18–28. <https://doi.org/10.24193/jmr.35.2>, ISSN 1844–8887, E-ISSN 2559–1983.

Mustătea, M. (2018). „The Golden Book of Romanian Public Relations – Book Review”. *Journal of Media Research*, 11(2 (31)), 112–114, ISSN: 1844–8887, E-ISSN: 2559–1983.

Balaban, D. C., Constantinescu, S. A., & **Mustătea, M.** (2018). „Social Media Networks Unveiled. Mapping the Romanian and German Youth”. *Journal of Media Research*, 11(3(32)), 35–44. <https://doi.org/10.24193/jmr.32.3>, ISSN: 1844–8887, E-ISSN: 2559–1983.




Maria
Mustătea

CONTACT

Cetățenie: română

Gen: Feminin

 Facultatea de Științe Politice,
Administrative și ale Comunicării
400132, Cluj-Napoca, România

 mustatea@fspac.ro

 maria.mustatea@ubbcluj.ro

Listă publicații

- Mustătea, M.** (2016). „The Student’s Socio-Professional Universe and the Profile of the Opinion Leaders”. *Journal of Media Research*, 9(3 (26)), 96–114, ISSN: 1844-8887, E-ISSN: 2559-1983.
- Iancu, I. R., & **Mustătea, M.** (2014). „Cultural Imperialism. Tool for the Dissolution of the Belongingness Feeling”. *Journal of Media Research*, 7(1/2), 8, ISSN: 1844-8887, E-ISSN: 2559-1983.

Studii publicate în volumele unor manifestări științifice internaționale recunoscute din țară și din străinătate (cu ISSN sau ISBN)

- Mustătea, M.** (2020). „Struggling to Remain Unique. Pillars of Differentiation in Print Advertisements.” In D. C. Balaban, I. Hosu, & A. Voina (Eds.), *Communication. It’s About Platforms* (pp. 222–238). Cluj-Napoca: Accent, ISBN: 978-606-561-213-6.
- Mustătea, M.**, & Balaban, D. C. (2019). „News Sharing on Social Media Platforms. Theoretical Approaches.” In I. Iancu, D. C. Balaban, & I. Hosu (Eds.), *Communication. Strategic perspectives* (pp. 66–80). Accent, ISBN: 978-606-561-198-6.
- Mustătea, M.** (2015). „The Avatars of a Digitalized Generation: Barriers in Face-to-Face Communication”. *Empirical Perspectives on Communication (I)*, 11, Cluj-Napoca: Accent, ISBN 978-606-561-127-6.

Cărți publicate în edituri din străinătate recunoscute (cu ISSN sau ISBN)

- Culic, I. L., **Mustătea, M.**, & Iancu, I. R. (2018). *Social Puzzle – Communicational Viewpoints, vol. 2*. Cluj-Napoca: Accent, ISBN 978-606-561-195-5.

Cărți publicate în edituri naționale recunoscute (cu ISSN sau ISBN)

- Culic, I. L., Iancu, I. R., Pavelea A., Țirlea, A., **Mustătea, M.**, & Hosu, I. (2017). *Advertising and Public Relations in the Smart Era*. Cluj-Napoca: Accent, ISBN 978-606-561-173-3.

Citări relevante:

- Balaban, D. C., & **Mustătea, M.** (2019). „Users’ Perspective on the Credibility of Social Media Influencers in Romania and Germany.” în:
- Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2020). „The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers”. *International Journal of Advertising*, 1–49.
- Factor: 3.606




Maria
Mustătea

CONTACT

Cetățenie: română

Gen: Feminin

 Facultatea de Științe Politice,
Administrative și ale Comunicării
400132, Cluj-Napoca, România

 mustatea@fspac.ro

 maria.mustatea@ubbcluj.ro

Listă publicații

Zimmermann, D., Noll, C., Gräßler, L., Hugger, K. U., Braun, L. M., Nowak, T., & Kaspar, K. (2020). „Influencers on YouTube: a quantitative study on young people’s use and perception of videos about political and societal topics”. *Current Psychology*, 1-17.

Factor: 2.051

Qutteina, Y., Hallez, L., Mennes, N., De Backer, C., & Smits, T. (2019). „What do adolescents see on social media? A Diary Study of Food Marketing Images on Social Media”. *Frontiers in Psychology*, 10, 2637.

Factor: 2.067

