

Res. Asst. AYDAN ÜNLÜKAYA ÇEVİRİCİ

Personal Information

Email: aunlukaya@gelisim.edu.tr

Web: <https://avesis.gelisim.edu.tr/aunlukaya>

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-5645-6192

Yoksis Researcher ID: 309543

Education Information

Doctorate, Marmara University, Institute Of Social Sciences, Reklamcılık Ve Tanıtım (Dr), Turkey 2020 - 2024

Postgraduate, Marmara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (YI) (Tezli), Turkey 2017 - 2020

Undergraduate, Marmara University, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, Turkey 2012 - 2017

Dissertations

Doctorate, Yıkıcı reklamlarda madun temsiliyetinin satın alma niyeti üzerindeki rolü, Marmara University, Institute Of Social Sciences, 2024

Postgraduate, Mikro e-etkileyici kişi kullanımının marka tutumu üzerindeki rolü, Marmara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (YI) (Tezli), 2020

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Public Relations, Advertising and Acquaint

Academic Titles / Tasks

Research Assistant PhD, Istanbul Gelisim University, FACULTY OF ECONOMICS, ADMINISTRATIVE AND SOCIAL SCIENCES, Advertising, 2019 - Continues

Academic and Administrative Experience

Uygulama ve Araştırma Merkezi Yönetim Kurulu Üyesi, Istanbul Gelisim University, FACULTY OF ECONOMICS, ADMINISTRATIVE AND SOCIAL SCIENCES, ADVERTISING, 2023 - Continues

Courses

Reklam Psikolojisi, Undergraduate, 2023 - 2024

Articles Published in Other Journals

- I. **Madun Temsiliyetinin Kullanıldığı Yıkıcı Reklamlara Yönelik Tutum ile Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**
ÜNLÜKAYA ÇEVİRİCİ A., ÖZKAYA B.
THE JOURNAL OF THE FACULTY OF COMMUNICATION OF THE UNIVERSITY OF AKDENİZ, no.45, pp.91-121, 2024
(Peer-Reviewed Journal)
- II. **The use of digital technologies among older adults during the COVID-19 Pandemic: A descriptive study in Turkey**
Erben Ş. E., Ünlükaya A., Balaban Salı J.
TEKNOKULTURA : REVISTA DE CULTURA DIGITAL Y MOVIMIENTOS SOCIALES, vol.20, no.2, pp.1-14, 2023 (ESCI)
- III. **Youtube Çocuk Kanallarında Bulunan Video İçeriklerindeki Temaların Ortaya Koyulmasına Yönelik Bir Çalışma**
ÜNLÜKAYA A., SAVAŞ S., SUCU İ.
Dijital Çağda İşletmecilik Dergisi, vol.4, no.1, pp.33-49, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **POSTFEMINIST DISCOURSES PRESENTED IN WOMEN-ORIENTED ADVERTISING (FEMVERTISING): SEMIOTIC ANALYSIS OF L'OREAL PARIS – “THIS IS AN AD FOR MEN” ADVERTISING POSTERS**
ÜNLÜKAYA A.
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ, vol.9, no.1, pp.1-19, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Mikro E-Etkileyici Kişi Bağlamında Marka Tutumu Oluşumu**
ÜNLÜKAYA A., TOSUN N. Z.
İleti-ş-im, vol.34, no.34, pp.34-64, 2021 (Peer-Reviewed Journal)

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Dijimodernizm Kapsamında Etkileşimli Reklamcılık: "Kendi Maceranı Seç" Konsepti**
ÜNLÜKAYA ÇEVİRİCİ A., DEMİRKAPU E.
Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi I. Ulusal Marka Yönetimi Kongresi, İstanbul, Turkey, 25 April 2024, vol.1, pp.36-40
- II. **Dijital Emek Teorisi Bağlamında Çocuklara Yönelik Emek Sömürüsü: Dijital Ebeveynlerin Reklam Verme Motivasyonlarına Yönelik Bir Araştırma**
ÜNLÜKAYA ÇEVİRİCİ A.
VI. Uluslararası Yeni Medya Konferansı: Yeni Medyanın Ekonomi Politikası, İstanbul, Turkey, 26 - 27 October 2023, pp.9-10
- III. **Kültür Bozumu Bağlamında Marka Aktivizmi ve Yıkıcı Reklamlar: H&M-She's A Lady Reklam Filmi Örneği**
ÜNLÜKAYA A.
6th International Social Sciences Congress, Van, Turkey, 21 - 23 May 2021, pp.273-287
- IV. **Dijital Ortamda Oyun: E-Spor ve Twitch**
ÜNLÜKAYA A.
Marmara Üniversitesi Lisansüstü İletişim Kongresi II, İstanbul, Turkey, 07 May 2018

Metrics

Publication: 10

H-Index (WoS): 1