

Arş. Gör. AYDAN ÜNLÜKAYA ÇEVİRİCİ

Kişisel Bilgiler

E-posta: aunlukaya@gelisim.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-5645-6192

Yoksis Araştırmacı ID: 309543

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (Dr), Türkiye 2020 - 2024

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (YI) (Tezli), Türkiye 2017 - 2020

Lisans, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, Türkiye 2012 - 2017

Yaptığı Tezler

Doktora, Yıkıcı reklamlarda madun temsiliyetinin satın alma niyeti üzerindeki rolü, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2024

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

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, Halkla İlişkiler, Reklamcılık ve Tanıtım

Akademik Unvanlar / Görevler

Araştırma Görevlisi Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İKTİSADİ İDARİ VE SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ, Reklamcılık , 2019 - Devam Ediyor

Akademik İdari Deneyim

Uygulama ve Araştırma Merkezi Yönetim Kurulu Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İKTİSADİ İDARİ VE SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ, REKLAMCILIK , 2023 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

Reklam Psikolojisi, Lisans, 2023 - 2024

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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, sa.45, ss.91-121, 2024
(Hakemli Dergi)
- 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, cilt.20, sa.2, ss.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, cilt.4, sa.1, ss.33-49, 2021 (Hakemli Dergi)
- IV. **KADIN ODAKLI REKLAMCILIKTA (FEMVERTISING) SUNULAN POSTFEMİNİST SÖYLEMLER: L'OREAL PARIS – “THIS IS AN AD FOR MEN” REKLAM AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ**
ÜNLÜKAYA A.
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ, cilt.9, sa.1, ss.1-19, 2021 (Hakemli Dergi)
- V. **Mikro E-Etkileyici Kişi Bağlamında Marka Tutumu Oluşumu**
ÜNLÜKAYA A., TOSUN N. Z.
İleti-ş-im, cilt.34, sa.34, ss.34-64, 2021 (Hakemli Dergi)

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Dijimodernizm Kapsamında Etkileşimli Reklamcılık: "Kendi Maceranı Seç" Konsepti**
ÜNLÜKAYA ÇEVİRİCİ A., DEMİRKAPU E.
Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi I. Ulusal Marka Yönetimi Kongresi, İstanbul, Türkiye, 25 Nisan 2024, cilt.1, ss.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, Türkiye, 26 - 27 Ekim 2023, ss.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, Türkiye, 21 - 23 Mayıs 2021, ss.273-287
- IV. **Dijital Ortamda Oyun: E-Spor ve Twitch**
ÜNLÜKAYA A.
Marmara Üniversitesi Lisansüstü İletişim Kongresi II, İstanbul, Türkiye, 07 Mayıs 2018

Metrikler

Yayın: 10

H-İndeks (WoS): 1