

Res. Asst. MELİH YILDIZ

Personal Information

Office Phone: [+90 212 422 7000](tel:+902124227000)

Email: myildiz@gelisim.edu.tr

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

International Researcher IDs

ScholarID: 9ZNvw88AAAAJ

ORCID: 0000-0002-0157-0481

Yoksis Researcher ID: 319161

Education Information

Doctorate, Istanbul University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (Dr), Turkey 2022 - Continues

Postgraduate, Zonguldak Bülent Ecevit University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Turkey 2018 - 2022

Undergraduate, Kocaeli University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 2011 - 2015

Dissertations

Postgraduate, Reklam ilgilenimi, reklama yönelik tutum ve satın alma niyeti arasındaki ilişkilerin analizi: Markaya yönelik tutumun aracılık etkisi, Zonguldak Bülent Ecevit University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2022

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Research Assistant, Istanbul Gelisim University, FACULTY OF ECONOMICS, ADMINISTRATIVE AND SOCIAL SCIENCES, BUSINESS ADMINISTRATION, 2020 - Continues

Articles Published in Other Journals

- Basılı reklamlara yönelik tutumun satın alma niyeti üzerindeki etkisinde ürün ilgileniminin düzenleyici rolü: Kadın tüketiciler üzerine bir araştırma**
BAŞARAN Ü., YILDIZ M.
Business and Management Studies: An International Journal, vol.10, no.3, pp.1118-1144, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- BEŞERİ MESAJ KAYNAĞI, MARKA AŞINALIĞI VE İZLEYİCİ CİNSİYETİNİN REKLAM ETKİNLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**
TOKMAK DANIŞMAN G., YILDIZ M.
Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.12, no.1, pp.477-496, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- Kadınların Hedonik ve Faydacı Tüketim Eğilimlerinin İncelenmesi: Y ve Z Kuşağı Üzerine Bir**

Araştırma

AĞAÇCI KİTİROĞLU L., YILDIZ M.

Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi, vol.3, no.1, pp.18-29, 2022 (Peer-Reviewed Journal)

IV. Reklam İlgilenimi, Reklama Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyeti Arasındaki Etkilerin Analizi: Marka Tutumunun Aracılık Rolü

BAŞARAN Ü., YILDIZ M.

TURKIYE İLETİSİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, vol.0, no.40, pp.173-195, 2022 (Peer-Reviewed Journal)

V. ARKETİPSEL TEORİ BAĞLAMINDA REKLAMLARDA SUNULAN KADIN TEMSİLLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

YILDIZ M.

19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi, vol.2, no.1, pp.171-195, 2021 (Peer-Reviewed Journal)

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. REKLAM İLGİLENİMİ, REKLAMA YÖNELİK TUTUM VE SATIN ALMA NİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN ANALİZİ: MARKAYA YÖNELİK TUTUMUN ARACILIK ETKİSİ**
BAŞARAN Ü., YILDIZ M.
International Marmara Social Sciences Congress, Kocaeli, Turkey, 10 December 2021, pp.5-6
- II. Korkunun Davranışa Etkisi: Covid-19 Döneminde Yayınlanan Yüksek ve Düşük Korku Düzeyine Sahip Kamu Spotlarının Etkileri**
ARIKER Ç., YILDIZ M.
25. Pazarlama Kongresi, Ankara, Turkey, 30 July 2021, pp.195-198
- III. ARKETİPLERLE GÜÇLÜ KADINLAR YARATMAK: "BENİM GÜZELLİĞİM RAKAMLARIN ÖTESİNDE" REKLAM FİLMİNİN İNCELEMESİ**
YILDIZ M.
4. ULUSAL BAŞKENT DİSİPLİNLER ARASI BİLİMSEL ÇALIŞMALAR KONGRESİ, Ankara, Turkey, 01 August 2021, pp.63-64
- IV. Korkunun Davranışa Etkisi: Covid-19 Döneminde Yayınlanan Yüksek ve Düşük Korku Düzeyine Sahip Kamu Spotlarının Etkileri**
TUĞBERK ARIKER Ç., YILDIZ M.
25. Pazarlama Kongresi, Turkey, 30 June - 02 July 2021, pp.195-198

Memberships / Tasks in Scientific Organizations

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği, Member, 2022 - Continues, Turkey

Metrics

Publication: 9