

## Dr. Öğr. Üyesi SİNEM EYİCE BAŞEV

### Kişisel Bilgiler

E-posta: seyice@gelisim.edu.tr

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

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0001-8936-1985

Yoksis Araştırmacı ID: 122294

### Eğitim Bilgileri

Yüksek Lisans, University Of East London {England}, İngiltere 2021 - 2021

Doktora, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Halkla İlişkiler (Dr), Türkiye 2009 - 2010

Lisans, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Ve Tasarım Fakültesi, Tekstil Ve Moda Tasarımı Bölümü, Türkiye 2001 - 2006

### Yaptığı Tezler

Doktora, TV reklamlarının, çocukların seçme, algı / tutum, beğeni ve tavsiye etme davranışlarına etkisi: Geleneksel ve yeni araştırma yöntemlerinin karşılaştırılması, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Halkla İlişkiler (Dr), 2015

### Akademik Unvanlar / Görevler

Öğretim Görevlisi, Bahçeşehir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, 2014 - Devam Ediyor

### Verdiği Dersler

ADVERTISING CAMPAIGNS 1, Lisans, 2014 - 2015

ÜLKER STRATEGY AND CREATIVITY IN MARKETING COMMUNICATION, Lisans, 2014 - 2015

Creative Communication, Lisans, 2013 - 2014

ÜLKER Strategy And Creativity In Marketing Communication, Lisans, 2013 - 2014

Consumer Behaviour, Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013

Advertising Campaigns 2 , Lisans, 2013 - 2014

Persuasion, Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013

### Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. A GENERAL OVERVIEW OF THE IMPACT OF ADVERTISING GAMES ON CONSUMER PURCHASE BEHAVIOR: A LITERATURE REVIEW  
Eyice Başev S.  
Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.15, sa.55, ss.260-275, 2024 (Hakemli Dergi)
- II. Hijyen kapsamında gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projelerine yönelik reklamların tüketici satın

**alma davranışına etkisi: Anneler örneği**

EYİCE BAŞEV S., TOZLU ÖZTAY E.

Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi, cilt.5, sa.9, ss.533-556, 2023 (Hakemli Dergi)

- III. **Hijyen kapsamında gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projelerine yönelik reklamların tüketici satın alma davranışına etkisi: Anneler örneği**  
EYİCE BAŞEV S., TOZLU ÖZTAY E.  
Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi, cilt.5, sa.9, ss.533-556, 2023 (Hakemli Dergi)
- IV. **Yeni Dünya Düzeninde Geleneksel Pazarlama ve Online (Dijital) Pazarlamanın Karşılaştırması: Z Kuşağı Etkisi**  
EYİCE BAŞEV S.  
İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.10, sa.1, 2023 (Hakemli Dergi)
- V. **Virtual Reality Technology and Changing Ads: The Lipton Case**  
BASEV S. E.  
TRT Akademi, cilt.8, sa.17, ss.200-217, 2023 (Hakemli Dergi)
- VI. **CRITICAL IMPACT ANALYSIS OF ADVERTISEMENTS WITHIN THE FRAMEWORK OF COMMUNICATION RESEARCH: CRITICISM OF THE USE OF MALE FIGURE AS AN OBJECT OF SEXUAL ATTRACTION, THE EXAMPLE OF BISCOLATA STARZ**  
EYİCE BAŞEV S., TOZLU ÖZTAY E.  
Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi, cilt.6, sa.2, 2022 (Hakemli Dergi)
- VII. **COVID-19 SÜRECİNİN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ VE TÜKETİCİ EĞİLİMLERİNDEKİ YENİLİKLER: BAĞIŞIKLIK GÜÇLENDİRİCİ GIDA TAKVİYELERİ ÖRNEĞİ**  
EYİCE BAŞEV S.  
Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.24, ss.69-91, 2022 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Game-Based Advertisement: Uludag Lemonade and Lipton Ice Tea Example**  
EYİCE BAŞEV S.  
JOURNAL OF ERCIYES COMMUNICATION, cilt.9, 2022 (Hakemli Dergi)
- IX. **The Impact of Social Media on Children's Consumption: Instagram Example**  
EYİCE BAŞEV S.  
OPUS Journal of Society Research, cilt.19, ss.462-476, 2022 (Hakemli Dergi)
- X. **Yeni Dünya Sisteminde Sosyal Medya Pazarlaması: Instagram'dan Organik Ürün Tercihi**  
BASEV S.  
Akdeniz İletişim, cilt.0, sa.36, ss.457-482, 2021 (Hakemli Dergi)
- XI. **THE EFFECT OF CONSUMERS GREEN PRODUCT USE PREFERENCES ON THEIR PURCHASING BEHAVIOR: THE CASE OF DAMLA WATER**  
EYİCE BAŞEV S.  
Digital Communication Journal, cilt.4, sa.5, ss.33-46, 2021 (Hakemli Dergi)
- XII. **NÖROPAZARLAMA 'xxDA TÜRKİYEDEKİ ÇALIŞMALAR ÜZERİNE LİTERATÜR İNCELEMESİ**  
EYİCE BAŞEV S.  
uluslararası Türkbilim, cilt.10, sa.27, ss.147-158, 2020 (Hakemli Dergi)
- XIII. **WEB UYGUNLUK ANALİZİ: HEPSİBURADA.COM VE N11.COM KARŞILAŞTIRILMASI**  
EYİCE BAŞEV S.  
Diyalektolog - Ulusal Hakemli Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.24, sa.24, ss.103-123, 2020 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Nöropazarlamaya genel bakış**  
EYİCE BAŞEV S.  
The journal of academic social science, cilt.7, sa.97, ss.204-211, 2019 (Hakemli Dergi)
- XV. **Fuse Tea Reklamlarının Nöropazarlama Göz İzleme Yöntemi İle Ünlü Kullanımın Etkisinin Analizi**  
EYİCE BAŞEV S.  
JOURNAL OF THE INTERNATIONAL SCIENTIFIC RESEARCH, ss.629-636, 2019 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Which Technique Is Better in Leading Coachee to Achieve His/Her Goal on the Basis of Neuroscience: Wisdom of Hindsight vs. Shaping Future through Pictures?**  
EYİCE BAŞEV S., Ölçekciler F., Kalkavan S.

- International Journal of Innovative Research and Development, cilt.6, sa.9, ss.71-74, 2017 (Hakemli Dergi)
- XVII. **86THE EFFECT OF CSR ON CONSUMERS' PERCEPTION TOWARDS BANK'S IMAGE**  
EYİCE BAŞEV S.  
eKurgu İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi, cilt.24, sa.2, ss.86-105, 2016 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Recycling Behaviour of Students and the Effect of Sociodemographic Characteristics on Their Behaviour**  
EYİCE BAŞEV S.  
Global Media Journal TR, cilt.6, sa.12, ss.89-105, 2016 (Hakemli Dergi)
- XIX. **EFFECT OF AMBIENT MARKETING ON CONSUMERS PURCHASING BEHAVIOUR A CROSS CULTURAL STUDY**  
EYİCE BAŞEV S.  
The Journal of Academic Social Science, cilt.3, sa.14, ss.268-286, 2015 (Hakemli Dergi)
- XX. **EFFECT OF ECONOMIC CRISIS ON FOOD CONSUMPTION BEHAVIOUR OF BRITISH CONSUMER**  
EYİCE BAŞEV S.  
International Journal of Education and Research, cilt.2, sa.10, ss.286-316, 2014 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Online Buying Behaviour of Turkish Consumers An Exploratory Study on Hepsiburada com**  
EYİCE BAŞEV S.  
Global Media Journal, cilt.5, sa.9, ss.97-132, 2014 (Hakemli Dergi)
- XXII. **SEMBOLİK TÜKETİM DAVRANIŞI ve SEMBOLİK TÜKETİM ÜRÜNÜ OLARAK TEK TAŞ YÜZÜK ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA SYMBOLIC CONSUMPTION BEHAVIOUR AND A RESEARCH ON SOLITAIRE AS A SYMBOLIC CONSUMPTION PRODUCT**  
EYİCE BAŞEV S., İlbasmış S., PİRTİNİ S.  
ÖNERİ, cilt.11, sa.42, ss.89-103, 2014 (Hakemli Dergi)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

- I. **YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN MÜZE FARKINDALIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ : COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNDE TÜRKİYE'DEKİ SANAL MÜZELER**  
EYİCE BAŞEV S., ORTAÇ Ö.  
BİREYDEN TOPLUMA COVID- 19 PANDEMİSİ VE MULTİDİSİPLİNER YAKLAŞIMLAR, Dr. Sümeyye ALTIPARMAK, Editör, İKSAD, Ankara, ss.11-233, 2021
- II. **The Role Of Parents'Childrearing Styles On ThePsychology Of Children And TheQuality Of Their Lives**  
EYİCE BAŞEV S.  
RESEARCH REVIEWS IN EDUCATIONAL SCIENCES, , Editör, Gece Kitaplığı, Ankara, ss.17-30, 2020
- III. **Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Sürecinde Stratejik Yönetimin Rolü**  
EYİCE BAŞEV S.  
Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Yeni Araştırmalar, , Editör, Berikan Yayınevi, Ankara, ss.229-244, 2019
- IV. **NöropazarlamaNörobilim ve Pazarlama Entegrasyonunda Teorik Yaklaşımlar ve Uygulama Örnekleri**  
EYİCE BAŞEV S.  
Artikel Yayıncılık, İstanbul, 2017
- V. **İNCE ELEME SIK DOKUMA MODELİ**  
EYİCE BAŞEV S.  
İLETİŞİM ÇALIŞMALARI 2015, Prof.Dr Aydın Ziya Özgür, Prof.Dr.Aytekin İşman, Editör, sakarya üniversitesi TOJCAM, ss.27-41, 2016

## **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

- I. **Nöropazarlama'ya Genel Bakış**  
EYİCE BAŞEV S.

VI. International Symposium on Social, Human and Administrative Sciences (Asoscongress), 18 - 20 Nisan 2019

**II. NÖROPAZARLAMA TEKNİĞİNDE ÜNLÜ VE MÜZİK KULLANIMI : TÜRKİYE'DE COCA COLA REKLAMLARI ANALİZİ**

EYİCE BAŞEV S.

V. Uluslararası TURKCESS Eğitim ve Sosyal Bilimler Kongresi, İstanbul, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2019, ss.1133-1147

**III. Nöropazarlama: Eti Browni Reklam Örneği**

EYİCE BAŞEV S.

6. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi, Gaziantep, Türkiye, 26 - 27 Nisan 2019, ss.321-328

**IV. Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Sürecinde Stratejik Yönetimin Rolü**

EYİCE BAŞEV S.

4. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi, Yalova, Türkiye, 14 - 17 Şubat 2019

**V. The Effect Of Tv Advertising On Childeren'sChoosing, Attitude, Recommendation And Liking Behaviour: A Study On Comparison Of Traditional And New Research Methodologies**

EYİCE BAŞEV S., BİR A. A., SUHER H. K.

The 14th International Conference on Research in Advertising 2015, Londrina, Brezilya, 2 - 04 Temmuz 2015