

Assoc. Prof. YELDA ÜLKER

Personal Information

Email: yulker@gelisim.edu.tr

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

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0001-8105-2686

Yoksis Researcher ID: 18563

Education Information

Doctorate, Marmara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (Dr), Turkey 2015 - 2020

Postgraduate, Marmara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (YI) (Tezli), Turkey 2013 - 2015

Undergraduate, Istanbul Bilgi University, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, Turkey 2005 - 2010

Dissertations

Doctorate, Mağaza imajının ikon marka algısına yansımaları, Marmara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (Dr), 2020

Postgraduate, Hedef kitlesi kadın olan televizyon reklamlarında çekici ve kültürel kodları yansıtan erkek imgesi kullanımının marka tutumuna etkisi, Marmara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (YI) (Tezli), 2015

Research Areas

Social Sciences and Humanities

Academic Titles / Tasks

Assistant Professor, Istanbul Gelisim University, FACULTY OF ECONOMICS, ADMINISTRATIVE AND SOCIAL SCIENCES, ADVERTISING, 2022 - Continues

Courses

Reklamcılık, Undergraduate, 2021 - 2022

Reklam Kampanya Yönetimi, Undergraduate, 2020 - 2021

Jury Memberships

Doctorate, Doctorate, Marmara Üniversitesi, May, 2023

Articles Published in Other Journals

- I. **REFLECTION OF BRAND HATE ON BRAND FORGIVENESS**
ÜLKER Y., Şişli F.
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, vol.12, no.1, pp.299-330, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER BAĞLAMINDA TÜKETİCİLERİN MARKA BOYKOTUNA KATILMA MOTİVASYONLARI**
ÜLKER Y.
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, vol.6, no.2, pp.11-30, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Tüketicilerin Organik Ürün Logolu Markalara Yönelik Değerlendirmelerinde Ölüm Kaygısının Rolü**
ÜLKER Y.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ VİZYONER DERGİSİ, vol.12, no.31, pp.918-939, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Mağaza İmajının İkon Marka Algısına Yansıması**
ÜLKER Y., TOSUN N. Z.
TURKIYE İLETİSİM ARASTIRMALARI DERGİSİ-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, vol.0, no.38, pp.205-221, 2021 (ESCI)
- V. **Narsisizm Bağlamında Lüks Tüketim**
ÜLKER Y.
Alanya Akademik Bakış, vol.5, no.2, pp.1015-1030, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Değişen Yaşlılık Kavramının Reklamlara Yansıması**
ÜLKER Y.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, vol.12, no.2, pp.404-418, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Ünlüye Olan Tutum İle Satın Alma Niyeti Arasında İlişkide Tüketicilerin Markaya Yönelik Tutumunun Aracılık Rolü İle İncelenmesi**
ÜLKER Y.
Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.20, no.2, pp.506-518, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Olumsuz Değerlendirilme Korkusu ile Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tutum İlişkisi**
ÜLKER Y.
Manas Journal of Social Studies, no.02, pp.1300-1313, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Tüketim Karşısı Bireylerin Çevreci Reklamlara Olan Tutumları**
ÜLKER Y.
JOURNAL OF SELCUK COMMUNICATION, vol.14, no.2, pp.784-804, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Markaların Helal Etiketli Kullanımının Satın Alma Davranışına Yansıması**
ÜLKER Y.
Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.22, no.3, pp.802-814, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Markaların Sosyal Medyada Oluşan Sinik Tutuma Yönelik Yaklaşımları**
ÖZKAYA B., ÜLKER Y.
Manas Journal of Social Studies, no.1, pp.115-128, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **RASYONEL FAYDANIN SAĞLADIĞI DUYGUSAL TATMİN**
ÜLKER Y., DÖNMEZ M. S., TOSUN N. Z.
JOURNAL OF SELCUK COMMUNICATION, no.2, pp.914-939, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Tüketicilerin Mağaza Atmosferine Verdikleri Önem**
ÜLKER Y.
Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.17, no.4, pp.142-159, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **DEĞİŞEN KADIN ROLLERİNİN KADINLARA YÖNELİK YAPILAN REKLAMLARA YANSIMASI**
ÜLKER Y.
JOURNAL OF ERCİYES COMMUNICATION, vol.6, no.2, pp.845-862, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (EWOM) Kanalı Olarak Youtube Vloggerların Satın Alma Niyeti Oluşumundaki Rolü**

MÜFTÜOĞLU S., TOSUN N. Z., ÜLKER Y.

Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, vol.9, no.24, pp.231-254, 2018 (Peer-Reviewed Journal)

XVI. Tüketicinin Demografik Özellikleri Bağlamında Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Marka Tutumundaki Rolü

TOSUN N. Z., ÜLKER Y.

İleti-ş-im, no.28, pp.177-203, 2018 (Peer-Reviewed Journal)

XVII. Kadınların, Televizyon Reklamlarında Erkek İmgesi Kullanımına Yönelik Tutumlarında Demografik Özelliklerinin Rolü

TOSUN N. Z., ÜLKER Y.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, no.25, pp.225-244, 2018 (Peer-Reviewed Journal)

XVIII. Gösterişsiz Tüketim Kavramı Bağlamında Tüketici Algısı

TOSUN N. Z., ÜLKER Y.

Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, vol.4, no.14, pp.1-18, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

I. Reklam Kampanyası Yönetimi

Tosun N. Z., Dönmez M. S., Ülker Y.

Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, 2023

II. Dijital Kültür Dinamiklerinden: Sosyal Medyadaki Mukbang Videoları

ÜLKER Y.

in: Dijital Evrenin Yeni İletişim Kodları IV, Ceren Bilgici, Editor, Nobel Bilimsel, Ankara, pp.115-142, 2023

III. Tüketicilerdeki Yalnızlık ve Aidiyet Duygularının, Sanal Marka Topluluk Algısına Yansıması

ÜLKER Y.

in: Dijital Evrenin Yeni İletişim Kodları III, Balaban, Yıldız, Öykü, Ezgi,, Editor, Nobel, Ankara, pp.61-90, 2023

IV. Marka Nefreti

Ülker Y.

Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul, 2021

V. Reklamlarda Cinsiyetsiz Kimlik Kullanımına Yönelik Z Kuşağının Tutumu

Şişli F., ÜLKER Y., TOSUN N. Z.

in: Reklamdakiler: Reklam Çözümleme Örnekleri, Kocabay, Şener, Nihal, Gümüş, İlknur, Editor, Eğitim Yayınevi, Konya, pp.94-122, 2021

VI. Yeni Medya Reklamlarında Etik Kavramı

ÜLKER Y.

in: Reklama 'Yeni'den Bakmak, Erdoğan, Gençyürek, Merve, Akcan, Burçe, Editor, Efe Akademi Yayınevi, İstanbul, pp.475-517, 2021

VII. Odak Grup Görüşmesi

ÜLKER Y.

in: Reklam Araştırmaları: Nitel ve Nicel Tasarımlar, Karaçor, Süleyman, Erdoğan, Gençyürek, Merve, Akcan, Burçe, Editor, Çizgi Kitabevi, İstanbul, pp.273-288, 2021

VIII. Dini Bir Değer Olarak Kanaatkârlığın Kadın Tüketicilerin Satın Alma Davranışındaki Rolü

ÇALIŞKAN O., ÜLKER Y.

in: Tüketici Davranışı III : Güncel Akademik Çalışmalar, Karaman, Davut, Editor, Eğitim Yayınevi, Konya, pp.69-112, 2021

IX. Reklam Yönetimi

TOSUN N. Z., TÜZEL URALTAŞ K. N., NAS A., ÖZKAYA B., GÜDÜM S., ERTÜRK B., DÖNMEZ M., ÇERÇİ MUSTAFAZADE M., ÜLKER Y., KARŞU CESUR D., et al.

BETA BASIM YAYIM, İstanbul, 2018

X. Reklam Yönetimi

TOSUN N. Z., TÜZEL URALTAŞ K. N., NAS A., ÖZKAYA B., GÜDÜM S., ERTÜRK B., DÖNMEZ M. S., ÇERÇİ SEVGİ M., ÜLKER Y., KARŞU CESUR D., et al.

Beta Basım Yayın Dağıtım A. Ş., İstanbul, 2018

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Tüketicilerin Etik Değerler Bağlamında Taklit Markalara Yönelik Tutumları Üzerine Bir Çalışma**
ÜLKER Y.
UYSAD 8th International Management and Social Sciences Conference, İstanbul, Turkey, 6 - 08 November 2021, pp.163-180
- II. **Aktivizme Eğilimli Tüketicilerin, Markaların Aktivist Reklamlarına Yaklaşımları**
ÜLKER Y.
18th International Symposium Communication in The Millennium, İstanbul, Turkey, 26 - 27 October 2021, pp.591-602
- III. **HEDONİZM BAĞLAMINDA TEKNOLOJİK URUNLERIN YARATTIĞI DUYGUSAL TATMIN**
ÜLKER Y., DÖNMEZ M. S., TOSUN N. Z.
5. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi (UBAK), Yalova, Turkey, 14 - 17 February 2019
- IV. **Değişen Güzellik Kavramının Reklamlara Yansıması**
ÜLKER Y., NAS A., TOSUN N. Z.
UYSAD International Management and Social Science Symposium, İstanbul, Turkey, 17 - 19 November 2018, pp.22-31
- V. **Reklamlarda Mizah ve Cinsel Çekicilik Kullanımının Satın Alma Davranışına Yansıması**
ÜLKER Y., TOSUN N. Z., DÖNMEZ M.
IPRAC 1. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Kongresi, Antalya, Turkey, 12 - 13 May 2018, pp.175-190
- VI. **Using Of Homosexual Image In Ads: Canada And Turkey Samples**
TOSUN N. Z., TÜZEL URALTAŞ K. N., ÜLKER Y.
14. International Symposium Communication In The Millennium, İstanbul, Turkey, 5 - 07 May 2016, pp.555-572