

## Doç. Dr. YELDA ÜLKER

### Kişisel Bilgiler

E-posta: yulker@gelisim.edu.tr

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

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0001-8105-2686

Yoksis Araştırmacı ID: 18563

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (Dr), Türkiye 2015 - 2020

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (YI) (Tezli), Türkiye 2013 - 2015

Lisans, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, Türkiye 2005 - 2010

### Yaptığı Tezler

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

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

### Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler

### Akademik Unvanlar / Görevler

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İKTİSADİ İDARİ VE SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ, REKLAMCILIK , 2022 - Devam Ediyor

### Verdiği Dersler

Reklamcılık, Lisans, 2021 - 2022

Reklam Kampanya Yönetimi, Lisans, 2020 - 2021

### Jüri Üyelikleri

Tez Savunma (Doktora), Tez Savunma (Doktora), Marmara Üniversitesi, Mayıs, 2023

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **REFLECTION OF BRAND HATE ON BRAND FORGIVENESS**  
ÜLKER Y., Şişli F.  
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.12, sa.1, ss.299-330, 2024 (Hakemli Dergi)
- II. **DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER BAĞLAMINDA TÜKETİCİLERİN MARKA BOYKOTUNA KATILMA MOTİVASYONLARI**  
ÜLKER Y.  
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.6, sa.2, ss.11-30, 2021 (Hakemli Dergi)
- III. **Tüketicilerin Organik Ürün Logolu Markalara Yönelik Değerlendirmelerinde Ölüm Kaygısının Rolü**  
ÜLKER Y.  
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ VİZYONER DERGİSİ, cilt.12, sa.31, ss.918-939, 2021 (Hakemli Dergi)
- IV. **Mağaza İmajının İkon Marka Algısına Yansıması**  
ÜLKER Y., TOSUN N. Z.  
TURKIYE İLETİSİM ARASTIRMALARI DERGİSİ-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, cilt.0, sa.38, ss.205-221, 2021 (ESCI)
- V. **Narsisizm Bağlamında Lüks Tüketim**  
ÜLKER Y.  
Alanya Akademik Bakış, cilt.5, sa.2, ss.1015-1030, 2021 (Hakemli Dergi)
- VI. **Değişen Yaşlılık Kavramının Reklamlara Yansıması**  
ÜLKER Y.  
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, cilt.12, sa.2, ss.404-418, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.20, sa.2, ss.506-518, 2021 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Olumsuz Değerlendirilme Korkusu ile Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tutum İlişkisi**  
ÜLKER Y.  
Manas Journal of Social Studies, sa.02, ss.1300-1313, 2021 (Hakemli Dergi)
- IX. **Tüketim Karşıtı Bireylerin Çevreci Reklamlara Olan Tutumları**  
ÜLKER Y.  
JOURNAL OF SELCUK COMMUNICATION, cilt.14, sa.2, ss.784-804, 2021 (Hakemli Dergi)
- X. **Markaların Helal Etiketinin Kullanımının Satın Alma Davranışına Yansıması**  
ÜLKER Y.  
Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.22, sa.3, ss.802-814, 2020 (Hakemli Dergi)
- XI. **Markaların Sosyal Medyada Oluşan Sinik Tutuma Yönelik Yaklaşımları**  
ÖZKAYA B., ÜLKER Y.  
Manas Journal of Social Studies, sa.1, ss.115-128, 2020 (Hakemli Dergi)
- XII. **RASYONEL FAYDANIN SAĞLADIĞI DUYGUSAL TATMİN**  
ÜLKER Y., DÖNMEZ M. S., TOSUN N. Z.  
JOURNAL OF SELCUK COMMUNICATION, sa.2, ss.914-939, 2019 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Tüketicilerin Mağaza Atmosferine Verdikleri Önem**  
ÜLKER Y.  
Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.17, sa.4, ss.142-159, 2019 (Hakemli Dergi)
- XIV. **DEĞİŞEN KADIN ROLLERİNİN KADINLARA YÖNELİK YAPILAN REKLAMLARA YANSIMASI**  
ÜLKER Y.  
JOURNAL OF ERCİYES COMMUNICATION, cilt.6, sa.2, ss.845-862, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.9, sa.24, ss.231-254, 2018 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Tüketicinin Demografik Özellikleri Bağlamında Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Marka Tutumundaki**

## Rolü

TOSUN N. Z., ÜLKER Y.

İleti-ş-im, sa.28, ss.177-203, 2018 (Hakemli Dergi)

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

TOSUN N. Z., ÜLKER Y.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, sa.25, ss.225-244, 2018 (Hakemli Dergi)

## XVIII. Gösterişsiz Tüketim Kavramı Bağlamında Tüketici Algısı

TOSUN N. Z., ÜLKER Y.

Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.4, sa.14, ss.1-18, 2017 (Hakemli Dergi)

## Kitap & Kitap Bölümleri

### 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.

Dijital Evrenin Yeni İletişim Kodları IV, Ceren Bilgici, Editör, Nobel Bilimsel, Ankara, ss.115-142, 2023

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

ÜLKER Y.

Dijital Evrenin Yeni İletişim Kodları III, Balaban, Yıldız, Öykü, Ezgi, Editör, Nobel, Ankara, ss.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.

Reklamdakiler: Reklam Çözümleme Örnekleri, Kocabay, Şener, Nihal, Gümüş, İlknur, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, ss.94-122, 2021

### VI. Yeni Medya Reklamlarında Etik Kavramı

ÜLKER Y.

Reklama 'Yeni'den Bakmak, Erdoğan, Gençyürek, Merve, Akcan, Burçe, Editör, Efe Akademi Yayınevi, İstanbul, ss.475-517, 2021

### VII. Odak Grup Görüşmesi

ÜLKER Y.

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

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

ÇALIŞKAN O., ÜLKER Y.

Tüketici Davranışı III : Güncel Akademik Çalışmalar, Karaman, Davut, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, ss.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

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

- I. **Tüketicilerin Etik Değerler Bağlamında Taklit Markalara Yönelik Tutumları Üzerine Bir Çalışma**  
ÜLKER Y.  
UYSAD 8th International Management and Social Sciences Conference, İstanbul, Türkiye, 6 - 08 Kasım 2021, ss.163-180
- II. **Aktivizme Eğilimli Tüketicilerin, Markaların Aktivist Reklamlarına Yaklaşımları**  
ÜLKER Y.  
18th International Symposium Communication in The Millennium, İstanbul, Türkiye, 26 - 27 Ekim 2021, ss.591-602
- III. **HEDONİZM BAĞLAMINDA TEKNOLOJİK URUNLERİN YARATTIĞI DUYGUSAL TATMIN**  
ÜLKER Y., DÖNMEZ M. S., TOSUN N. Z.  
5. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi (UBAK), Yalova, Türkiye, 14 - 17 Şubat 2019
- IV. **Değişen Güzellik Kavramının Reklamlara Yansıması**  
ÜLKER Y., NAS A., TOSUN N. Z.  
UYSAD International Management and Social Science Symposium, İstanbul, Türkiye, 17 - 19 Kasım 2018, ss.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, Türkiye, 12 - 13 Mayıs 2018, ss.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, Türkiye, 5 - 07 Mayıs 2016, ss.555-572