

Arş.Gör. AYSEL TAPAN

Kişisel Bilgiler

E-posta: aysel.tapan@kocaeli.edu.tr

Eğitim Bilgileri

Doktora, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, Türkiye 2014 - 2021

Yüksek Lisans, Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, Türkiye 2011 - 2014

Yaptığı Tezler

Yüksek Lisans, Çokuluslu Şirketlerin Reklamlarını Yerelleştirme Stratejileri: Türkiye'deki Bireysel Emeklilik Reklamları Örneği, Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2014

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler

Akademik Unvanlar / Görevler

Araştırma Görevlisi, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık, 2013 - Devam Ediyor

Akademik İdari Deneyim

Erasmus Koordinatörü, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık, 2017 - Devam Ediyor

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. Postmodern Romantik İlişkiler ve Reklam: Tinder Örneği

TAPAN A.

Akdeniz İletişim, cilt.0, sa.31, ss.32-59, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. GLOCALIZATION STRATEGY OF TURKISH AUTO ADVERTISING: A CULTURAL LINGUISTIC PERSPECTIVE

Tapan A.

International Black Sea Coastline Countries Scientific Research Symposium V, Zonguldak, Türkiye, 28 - 29 Kasım 2020

II. Hofstede'nin Eril-Dişil Boyutu Bağlamında Dünya Kadınlar Günü Reklamlarında Türk Kadınının Toplumsal Konumu

Tapan A.

International Black Sea Coastline Countries Scientific Research Symposium V, Zonguldak, Türkiye, 28 - 29 Kasım 2020

III. TÜRK MİLLİ KİMLİĞİNİN, BİLİNCİNİN İNŞASI VE YENİDEN ÜRETİLMESİNDE KAMUSAL TEMSİL MEKÂNI OLARAK MÜZELER

TAPAN A.

6. YILDIZ SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, İstanbul, Türkiye, 12 - 13 Aralık 2019, ss.444-454

IV. SANAYİ DEVRİMİNDEN DOĞAL VE ORGANİK EKONOMİYE: KİŞİSEL BAKIM ÜRÜNLERİ REKLAMLARINDA ANLAM İNŞASI

TAPAN A.

ULUSLARARASI MULTİDİSİPLİNER AKADEMİK ÇALIŞMALAR SEMPOZYUMU, İzmir, Türkiye, 19 - 21 Nisan 2019, ss.412-418

V. CULTURAL OBSTACLES OF GLOCALIZATION STRATEGIES: AUTO INDUSTRY IN TURKEY

TAPAN A.

2. ULUSLARARASI KÜLTÜREL BİLİŞİM, İLETİŞİM VE MEDYA ÇALIŞMALARI KONFRANSI, Midilli, Yunanistan, 13 - 15 Haziran 2019, ss.66-67

VI. THE EVALUATION OF DIMENSIONAL STRUCTURE AND MEANING DIMENSION OF "EMOJI" AS A COMPONENT OF VISUAL CULTURE

KARAGÖZ E., TAPAN A.

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF SOCIAL SCIENCE RESEARCH, Aydın, Türkiye, 3 - 06 Şubat 2018

VII. READING THE PERCEPTION OF RISK THROUGH TELEVISION ADVERTISEMENT

CILIZOĞLU N. D. G., KARAGÖZ K., TAPAN A.

13th International Symposium Communication in the Millennium, East Stroudsburg, PA, Amerika Birleşik Devletleri, 12 - 15 Mayıs 2015, ss.456-462