

Doç. Dr. AYSEL TAPAN

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 303 187 8](tel:+903031878)

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

Web: <https://avesis.kocaeli.edu.tr/aysel.tapan>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-4270-4028

Publons / Web Of Science ResearcherID: F-5694-2018

Yoksis Araştırmacı ID: 114487

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

Doktora, TÜRKİYE'DE SİYASİ VE KÜLTÜREL BİR YÖNELİM OLARAK MİLLİYETÇİLİĞİN REKLAMLAR VE KAMU SPOTLARI ÜZERİNDEN GÜNDELİK HAYATTA İNŞASI VE YENİDEN ÜRETİMİ, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 2021

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 İdari Deneyim

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

Diğer Dergilerde Yayımlanan Makaleler

- Balören Köyü Yöresi Alevi Topluluğunun Lokma Anlayışı ve Uygulamaları**
TAPAN A.
Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi (Online), ss.443-462, 2023 (Hakemli Dergi)
- Türk Atasözlerinde Toplumsal Kabulün Şartları: Kalıpyargılar ve Simgesel Sınırlar**
Tapan A.
Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi (Online), sa.10, ss.679-702, 2023 (Hakemli Dergi)
- Markaların Yeşil Reklam Stratejilerinin Dijital Etkileşiminde "Vicdan Azabı" Duygusunun Rolü**
Tapan A.
Yeni Medya, sa.13, ss.310-336, 2022 (Hakemli Dergi)

IV. TÜRK MİLLÎ KİMLİĞİNİN REKLAMLAR ARACILIĞIYLA YENİDEN ÜRETİMİ

Tapan A.

Akademi Sosyal Bilimler Dergisi (ASBİDER), cilt.9, sa.27, ss.281-291, 2022 (Hakemli Dergi)

V. Popüler Türk Sinemasında Milli Kimliğin Kolektif Narsisizm ve Aşağılanma Üzerinden Yeniden Üretimi

TAPAN A.

Selçuk İletişim, cilt.15, sa.1, ss.360-388, 2022 (Hakemli Dergi)

VI. Postmodern Romantik İlişkiler ve Reklam: Tinder Örneği

Tapan A.

THE JOURNAL OF THE FACULTY OF COMMUNICATION OF THE UNIVERSITY OF AKDENİZ, cilt.0, sa.31, ss.32-59, 2019 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

I. Milliyetçilik ve Reklam

Tapan A.

Nobel Yayınevi, Ankara, 2023

II. Milliyetçilik, Gündelik Hayat ve Popüler Kültür

TAPAN A.

Efe Akademik Yayıncılık, İstanbul, 2023

III. Etnik Milliyetçilik, Etnosentrizm ve Popülizm: Metapolitikanın Bir Aracı Olarak Çevrim İçi Siyasal Reklamlar

TAPAN A.

Sosyal Sorunlar (Teoriler, Politikalar, Uygulamalar), Dr. Ömer Faruk Aslan, Editör, Efe Akademi Yayınları, İstanbul, ss.39-49, 2023

IV. Milliyetçilik ve Turizm: Şanlı Atalara ve Geçmişe Yolculuk

TAPAN A.

İletişim Perspektifinde Sosyal ve Ekonomik Olaylar, Dr. Ömer Faruk Aslan, Doç. Dr. Sait Sinan Atılgan, Editör, Efe Akademi Yayınları, İstanbul, ss.9-19, 2023

V. Emoji's as a Product of Visual Culture and a Discursive Analysis Over the Meanings of Emojis

KARAGÖZ E., TAPAN A.

Research and Development on Social Sciences, Roman Dorczak, Regina Lenart-Gansiniec, Christian Ruggiero, Mehmet Ali Icbay, Editör, Jagiellonian University Institute of Public Affairs, Krakow, ss.129-135, 2018

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. YEŞİL REKLAMLARDA RENKLERİN KULLANIMI

Tapan A.

BİLTEK VII. INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON CURRENT DEVELOPMENTS IN SCIENCE, TECHNOLOGY AND SOCIAL SCIENCES, Ankara, Türkiye, 26 - 27 Mayıs 2023, ss.1261-1273

II. Yeşil Reklam Çekicilikleri

Tapan A.

BİLTEK VII. International Symposium on Current Developments in Science, Technology and Social Sciences, Ankara, Türkiye, 26 Mayıs - 27 Ekim 2023, ss.1247-1260

III. REKLAMLARDA MEMLEKET SEVGİSİ VE VATANSEVERLİK

Tapan A.

MEDYA VE KÜLTÜR ULUSLARARASI SEMPOZYUMU MCIS 2022, İzmir, Türkiye, 5 - 06 Aralık 2022, ss.227-237

IV. 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

V. Hofstede'nin Eril-Dışıl 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

VI. 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

VII. 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

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

Tapan A.

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

IX. 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

X. 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

Metrikler

Yayın: 21