

## Prof. ATILIM ONAY

### Personal Information

**Email:** aonay@anadolu.edu.tr

**Web:** <https://avesis.anadolu.edu.tr/aonay>

### International Researcher IDs

ScholarID: eO-mGAgAAAAJ

ORCID: 0000-0002-0086-3207

Publons / Web Of Science ResearcherID: IUP-8101-2023

ScopusID: 55203435200

Yoksis Researcher ID: 54827

### Education Information

Doctorate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (Dr), Turkey 2004 - 2011

Postgraduate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (YI) (Tezli), Turkey 2001 - 2004

Undergraduate, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, Turkey 1996 - 2001

### Foreign Languages

French, B1 Intermediate

English, B2 Upper Intermediate

### Dissertations

Doctorate, Reklam okuma biçimleri: Kişisel değerlerin etkisine ilişkin bir alımlama çalışması, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (Dr), 2011

Postgraduate, Ülke orijini etkisi, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (YI) (Tezli), 2004

### Research Areas

Advertising and Acquaint

### Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, 2017 - Continues

Assistant Professor, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, 2012 - 2017

Lecturer, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, 2005 -

2012

Research Assistant, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, 2001 - 2005

## Academic and Administrative Experience

Anadolu University, 2018 - 2020

## Courses

TEZ, Postgraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013

POSTMODERNİZM VE TÜKETİM TARTIŞMALARI, Doctorate, 2019 - 2020, 2018 - 2019

HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYASI TASARIMI, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2015 - 2016, 2014 - 2015

HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI ANALİZİ, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

SEMİNER, Postgraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

REKLAM VE TOPLUM, Postgraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019

HALKLA İLİŞKİLERDE TEORİ VE UYGULAMALAR, Undergraduate, 2019 - 2020, 2017 - 2018, 2015 - 2016, 2014 - 2015

REKLAM KAMPANYASI TASARIMI, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019

REKLAM ANALİZİ, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013

Kurumsal İletişim Yönetimi, Undergraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

Halkla İlişkiler Teori ve Uygulamalar, Undergraduate, 2018 - 2019

Uzmanlık Alan Dersi, Postgraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014

Postmodernizm ve Tüketim, Postgraduate, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

Halkla İlişkiler Teori ve Uygulamalar, Undergraduate, 2016 - 2017

Halkla İlişkiler Kampanyası Tasarımı, Undergraduate, 2016 - 2017

Dönem Projesi, Postgraduate, 2015 - 2016

Halkla İlişkiler, Undergraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012

İletişime Giriş, Undergraduate, 2013 - 2014

İletişim ve İkna, Associate Degree, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012

Genel İletişim, Associate Degree, 2012 - 2013, 2011 - 2012

Halkla İlişkiler, Associate Degree, 2009 - 2010, 2008 - 2009, 2007 - 2008

## Articles Published in Other Journals

- I. **FUTBOL KULÜPLERİ SPONSORLUĞUNUN KURUMSAL İŞLEYİŞ SÜRECİ İÇERİSİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ**  
GÜL O., ONAY A.  
eKurgu, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama ve Kurum İmajı İlişkisi: Eker-Adım Adım Oluşumu İşbirliği Üzerine Bir Araştırma**  
BAL D., ONAY A.  
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.20, no.4, pp.211-236, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **The Relationship Between Cause-Related Marketing and Corporate Image: A Research on the Collaboration of Eker and Adım Adım Constitution**

- BAL D., ONAY A.  
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.20, no.4, pp.211-236, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **TV Commercials, Child and Consumption: Are You Stylish or Not?**  
BAL D., ONAY A.  
İleti-ş-im, vol.32, no.32, pp.198-219, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **The Universities' Instagram Usage as a Corporate Communication Tool: A Descriptive Content Analysis on the Instagram Pages of Foundation Universities**  
Gokler K., ONAY A.  
TURKIYE İLETİSİM ARASTIRMALARI DERGİSİ-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, no.35, pp.311-337, 2020 (ESCI)
- VI. **TÜKETİMİN VE REKLAMLARIN GELECEĞİ**  
ONAY A.  
eKurgu, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Men in Turkey and Their Changing Images in Magazine Advertisements**  
ONAY A.  
İSTANBUL UNIVERSİTESİ İLETİSİM FAKULTESİ DERGİSİ, no.53, pp.165-188, 2017 (ESCI)
- VIII. **Biscolata Reklamındaki Yarı Çıplak Erkekleri İzleyen Erkeklerle Dair Bir Alımlama Çalışması**  
ONAY A., ERİŞ U.  
Gümüşhane University E-Journal of Faculty of Communication, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Aşkın Metafor Hali: Sevgililer Günü Kapsamında Kadın ve Erkek Dergilerindeki Reklamlarda Aşkın Sunumu**  
Atar G. M., Şener G., Onay A.  
Global Media Journal TR Edition, vol.6, no.12, pp.411-433, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Biscolata Reklamlarındaki Yarı Çıplak Erkekleri İzleyen Erkeklerle Dair Bir Alımlama Çalışması**  
ONAY A., ERİŞ U.  
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, vol.4, no.1, pp.200-219, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Reklamlara Yönelik Tutumlar Nitel Bir Araştırma**  
ONAY A.  
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Reklamlarda Değerler 2007 Yılı Türk Televizyon Reklamlarının İçerik Analizi**  
ONAY A.  
KTÜ İletişim Araştırmaları Dergisi, vol.1, no.2, pp.1-17, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Non-government organizations and the internet: An example of the Province of Eskisehir, Turkey, from a public relations perspective**  
ONAY A.  
International Journal of the Humanities, vol.9, no.7, pp.285-295, 2011 (Scopus)
- XIV. **Ülke Orijini Kavramı ve Ülke İmajı**  
ONAY A.  
JOURNAL OF SELCUK COMMUNICATION, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**  
ONAY A.  
Kurgu, vol.20, no.1, pp.97-105, 2003 (Non Peer-Reviewed Journal)

## **Books & Book Chapters**

- I. **Erkeğin Kuruluşu ve Reklamlardaki Erkek Özne**  
Onay A.  
Ütopya Yayınevi, Ankara, 2022
- II. **Toplumsal Cinsiyet Kuramları ve Reklamlar**

ONAY A., DANABAŞOĞLU B.

in: SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER ALANINDA ARAŞTIRMA VE DEĞERLENDİRMELER CİLT 2, , Editor, GECE AKADEMİ, pp.347-358, 2019

**III. Reklamlar ve Cinsiyet Stereotipleri**

ONAY A., BAL D.

in: Reklam Araştırmaları, Kutlu, Ömer, Editor, Detay Yayıncılık, Ankara, pp.35-54, 2019

**IV. Erkekliği Yeniden Düşünmek: Değişim ve Reklamlar**

ONAY A.

in: Küresel ve Yerel Bakış Açısıyla Sosyal Bilimler Araştırmaları, Ömer Kürşad Tüfekci, Editor, SRA Strategic Researchers Academy, pp.141-156, 2018

**V. BİLGİ'DEN İKTİDAR'A, PANOPTİKON'DAN SÜPERPANOPTİKON'A GÖZETİMTOPLOMUNDA İLETİŞİM**

ONAY A., ÇAPAR Z. B.

in: SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER ALANINDA YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR CİLT 2, , Editor, Gece Akademi, pp.503-516, 2018

**VI. İkna Edici İletişimde Mesaj**

ONAY A.

in: İkna Edici İletişim, Oyman, Mine, Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.88-105, 2017

**VII. Kamuoyunun Oluşumu**

ATABEK N., ÖZDİNÇ F., ONAY A., KUTLU Ö.

in: Siyasal İletişim, Ferruh Uztuğ, Yasemin Özgün, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.98-122, 2017

**VIII. İkne Edici İletişimde Mesajın Alıcıları**

ONAY A.

in: İkna Edici İletişim, Oyman, Mine, Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.106-125, 2017

**IX. Kurum Kimliği ve Kurumsal İtibar**

ONAY A.

in: Kurumsal Kimlik ve İmaj Yönetimi, ONAY, Atılım, Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.62-83, 2016

**X. Kültür, Toplum ve Kurum Kültürü Tanımlamaları**

ONAY A.

in: Kurum Kültürü, ONAY, Atılım, Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.2-21, 2016

**XI. Kimlik ve Kurumsal Kimlik Tanımı ve Sınıflandırmaları**

ONAY A.

in: Kurumsal Kimlik ve İmaj Yönetimi, ONAY, Atılım, Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.2-19, 2016

**XII. Toplumsal Cinsiyet, Erkeklik ve Reklamlar**

ONAY A.

in: Reklam Diyor Ki 1, ÇALLI İçten Duygu, SEÇİM Mustafa Özgür, Editor, Literatürk academia, pp.159-184, 2016

**XIII. Kriz ve Risk İletişimi Stratejileri**

ONAY A.

in: Stratejik İletişim, Sever, Serdar N., Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.76-95, 2015

**XIV. Stratejik İletişimde Liderlik Olgusu**

ONAY A.

in: Stratejik İletişim, Sever, Serdar N., Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.18-39, 2015

**XV. Siyasal İletişimin Tanımı ve Temel Kavramları**

ONAY A.

in: Siyasal İletişim, Uztuğ, Ferruh Özgün, Yasemin, Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.30-51, 2014

**XVI. Reklamcılık Sektörü ve Kurumlar**

ONAY A.

in: Reklamcılık, Uztuğ, Ferruh Sever, Necip Serdar, Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.66-85, 2012

**XVII. Reklamın Sosyal, Yasal, Ekonomik Yönleri**

ONAY A.

in: Reklamcılık, Rasime Ayhan Yılmaz, Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.179-194, 2011

## Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Men and Advertisements in the New Millennium: Semiotic Analysis of Paco Rabanne "Invictus" Advertisement**  
ONAY A.  
The 10th Asian Conference on Media, Communication Film, Japan, 25 - 27 October 2019
- II. **II. Dünya Savaşı'xxnda Avrupa'xxdan ABD'xye Tasarımcı Göçü ve Reklam Grafiğine Etkileri**  
ONAY A., Hünel Ö.  
Uluslararası Kültür, Sanat ve Toplum Sempozyumu, 18 - 20 October 2018
- III. **Postmodernism, Men and Ads**  
ONAY A.  
International Conference on Mass Communication Journalism Social Sciences 2018, India, 2 - 03 November 2018
- IV. **YENİ MEDYA VE DİJİTAL HİKAYE ANLATICILIĞININ GELECEĞİ**  
BAL D., ONAY A.  
16 th International Symposium Communication in the Millennium, 25 - 28 April 2018
- V. **Men and Personal Grooming Products An Example of Esquire Magazine**  
ONAY A.  
13th International Symposium Communication in the Millennium, 12 - 15 May 2015
- VI. **Consumer s Attitude towards Advertising**  
ONAY A., ŞENER G.  
12th International Symposium Communication in the Millennium, 15 - 18 June 2014
- VII. **Advertisement Reading Manner A Reception Study**  
ONAY A.  
2nd International Conference on Economics and Social Sciences ICESS-2014, 1 - 02 February 2014
- VIII. **Business School Students Perceptions of Internet Advertising**  
ONAY A.  
ATINER, Atina, Greece, 13 - 16 May 2013
- IX. **Men s Perceptions Towards Men s Figures Represented at Print Advertisements**  
ONAY A., SANDIKCIOĞLU B.  
5th International Symposium "Communication in the Millenium", United States Of America, 16 - 18 May 2007, pp.149-159
- X. **New Horizons in Public Relations What Turkish Public Relations Agencies Serve**  
ONAY A., UZTUĞ F., KUTLU Ö.  
3rd International Symposium "Communication in the Millenium", United States Of America, 11 - 13 May 2005, pp.375-392
- XI. **The Evaluation of Turkish Consumers Attitudes Towards Foreign Products**  
ONAY A.  
3rd International Symposium "Communication in the Millenium", North Carolina, United States Of America, 11 - 13 May 2005, pp.375-388