

Prof. Dr. ATILIM ONAY

Kişisel Bilgiler

E-posta: aonay@anadolu.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: eO-mGAgAAAAJ

ORCID: 0000-0002-0086-3207

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

ScopusID: 55203435200

Yoksis Araştırmacı ID: 54827

Eğitim Bilgileri

Doktora, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (Dr), Türkiye 2004 - 2011
Yüksek Lisans, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (YI) (Tezli), Türkiye 2001 - 2004

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, Türkiye 1996 - 2001

Yabancı Diller

Fransızca, B1 Orta

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

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

Yüksek Lisans, Ülke orijini etkisi, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (YI) (Tezli), 2004

Araştırma Alanları

Reklamcılık ve Tanıtım

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, 2017 - Devam Ediyor

Yrd. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, 2012 - 2017

Öğretim Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK

BÖLÜMÜ, 2005 - 2012

Araştırma Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, 2001 - 2005

Akademik İdari Deneyim

Anadolu Üniversitesi, 2018 - 2020

Verdiği Dersler

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

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

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

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

SEMİNER, Yüksek Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

REKLAM VE TOPLUM, Yüksek Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019

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

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

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

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

Halkla İlişkiler Teori ve Uygulamalar, Lisans, 2018 - 2019

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

Postmodernizm ve Tüketim, Yüksek Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

Halkla İlişkiler Teori ve Uygulamalar, Lisans, 2016 - 2017

Halkla İlişkiler Kampanyası Tasarımı, Lisans, 2016 - 2017

Dönem Projesi, Yüksek Lisans, 2015 - 2016

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

İletişime Giriş, Lisans, 2013 - 2014

İletişim ve İkna, Ön Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012

Genel İletişim, Ön Lisans, 2012 - 2013, 2011 - 2012

Halkla İlişkiler, Ön Lisans, 2009 - 2010, 2008 - 2009, 2007 - 2008

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **FUTBOL KULÜPLERİ SPONSORLUĞUNUN KURUMSAL İŞLEYİŞ SÜRECİ İÇERİSİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ**
GÜL O., ONAY A.
eKurgu, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.20, sa.4, ss.211-236, 2020 (Hakemli Dergi)
- III. **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, cilt.20, sa.4, ss.211-236, 2020 (Hakemli Dergi)

- IV. **Televizyon Reklamları, Çocuk ve Tüketim: Tarz mısın, Değil misin?**
BAL D., ONAY A.
İleti-ş-im, cilt.32, sa.32, ss.198-219, 2020 (Hakemli Dergi)
- 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 ILETISIM ARASTIRMALARI DERGISI-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, sa.35, ss.311-337, 2020 (ESCI)
- VI. **TÜKETİMİN VE REKLAMLARIN GELECEĞİ**
ONAY A.
eKurgu, 2018 (Hakemli Dergi)
- VII. **Men in Turkey and Their Changing Images in Magazine Advertisements**
ONAY A.
ISTANBUL UNIVERSITESI ILETISIM FAKULTESI DERGISI, sa.53, ss.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 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.6, sa.12, ss.411-433, 2016 (Hakemli Dergi)
- X. **Biscolata Reklamlarındaki Yarı Çıplak Erkekleri İzleyen Erkeklerle Dair Bir Alımlama Çalışması**
ONAY A., ERİŞ U.
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.4, sa.1, ss.200-219, 2016 (Hakemli Dergi)
- XI. **Reklamlara Yönelik Tutumlar Nitel Bir Araştırma**
ONAY A.
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2012 (Hakemli Dergi)
- XII. **Reklamlarda Değerler 2007 Yılı Türk Televizyon Reklamlarının İçerik Analizi**
ONAY A.
KTÜ İletişim Araştırmaları Dergisi, cilt.1, sa.2, ss.1-17, 2011 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.9, sa.7, ss.285-295, 2011 (Scopus)
- XIV. **Ülke Orijini Kavramı ve Ülke İmajı**
ONAY A.
JOURNAL OF SELCUK COMMUNICATION, 2008 (Hakemli Dergi)
- XV. **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**
ONAY A.
Kurgu, cilt.20, sa.1, ss.97-105, 2003 (Hakemsiz Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Erkeğin Kuruluşu ve Reklamlardaki Erkek Özne**
Onay A.
Ütopya Yayınevi, Ankara, 2022
- II. **Toplumsal Cinsiyet Kuramları ve Reklamlar**
ONAY A., DANABAŞOĞLU B.
SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER ALANINDA ARAŞTIRMA VE DEĞERLENDİRMELER CİLT 2, , Editör, GECE AKADEMİ, ss.347-358, 2019

- III. **Reklamlar ve Cinsiyet Stereotipleri**
ONAY A., BAL D.
Reklam Araştırmaları, Kutlu, Ömer, Editör, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.35-54, 2019
- IV. **Erkeklği Yeniden Düşünmek: Değişim ve Reklamlar**
ONAY A.
Küresel ve Yerel Bakış Açısıyla Sosyal Bilimler Araştırmaları, Ömer Kürşad Tüfekci, Editör, SRA Strategic Researchers Academy, ss.141-156, 2018
- V. **BILGI'DEN İKTİDAR'A, PANOPTİKON'DAN SÜPERPANOPTİKON'A GÖZETİMTOPLOMUNDA İLETİŞİM**
ONAY A., ÇAPAR Z. B.
SOSYAL, BEŞERİ VE İDARI BİLİMLER ALANINDA YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR CILT 2, , Editör, Gece Akademi, ss.503-516, 2018
- VI. **İkna Edici İletişimde Mesaj**
ONAY A.
İkna Edici İletişim, Oyman, Mine, Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.88-105, 2017
- VII. **Kamuoyunun Oluşumu**
ATABEK N., ÖZDİNÇ F., ONAY A., KUTLU Ö.
Siyasal İletişim, Ferruh Uztuğ, Yasemin Özgün, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.98-122, 2017
- VIII. **İkne Edici İletişimde Mesajın Alıcıları**
ONAY A.
İkna Edici İletişim, Oyman, Mine, Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.106-125, 2017
- IX. **Kurum Kimlięi ve Kurumsal İtibar**
ONAY A.
Kurumsal Kimlik ve İmaj Yönetimi, ONAY, Atılım, Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.62-83, 2016
- X. **Kültür, Toplum ve Kurum Kültürü Tanımlamaları**
ONAY A.
Kurum Kültürü, ONAY, Atılım, Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.2-21, 2016
- XI. **Kimlik ve Kurumsal Kimlik Tanımı ve Sınıflandırmaları**
ONAY A.
Kurumsal Kimlik ve İmaj Yönetimi, ONAY, Atılım, Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.2-19, 2016
- XII. **Toplumsal Cinsiyet, Erkeklik ve Reklamlar**
ONAY A.
Reklam Diyor Ki 1, ÇALLI İçten Duygu, SEÇİM Mustafa Özgür, Editör, Literatürk academia, ss.159-184, 2016
- XIII. **Kriz ve Risk İletişimi Stratejileri**
ONAY A.
Stratejik İletişim, Sever, Serdar N., Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.76-95, 2015
- XIV. **Stratejik İletişimde Liderlik Olgusu**
ONAY A.
Stratejik İletişim, Sever, Serdar N., Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.18-39, 2015
- XV. **Siyasal İletişimin Tanımı ve Temel Kavramları**
ONAY A.
Siyasal İletişim, Uztuğ, Ferruh Özgün, Yasemin, Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.30-51, 2014
- XVI. **Reklamcılık Sektörü ve Kurumlar**
ONAY A.
Reklamcılık, Uztuğ, Ferruh Sever, Necip Serdar, Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.66-85, 2012
- XVII. **Reklamın Sosyal, Yasal, Ekonomik Yönleri**
ONAY A.
Reklamcılık, Rasime Ayhan Yılmaz, Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.179-194, 2011

- 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, Japonya, 25 - 27 Ekim 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 Ekim 2018
- III. **Postmodernism, Men and Ads**
ONAY A.
International Conference on Mass Communication Journalism Social Sciences 2018, Hindistan, 2 - 03 Kasım 2018
- IV. **YENİ MEDYA VE DİJİTAL HİKAYE ANLATICILIĞININ GELECEĞİ**
BAL D., ONAY A.
16 th International Symposium Communication in the Millennium, 25 - 28 Nisan 2018
- V. **Men and Personal Grooming Products An Example of Esquire Magazine**
ONAY A.
13th International Symposium Communication in the Millennium, 12 - 15 Mayıs 2015
- VI. **Consumer s Attitude towards Advertising**
ONAY A., ŞENER G.
12th International Symposium Communication in the Millennium, 15 - 18 Haziran 2014
- VII. **Advertisement Reading Manner A Reception Study**
ONAY A.
2nd International Conference on Economics and Social Sciences ICES-2014, 1 - 02 Şubat 2014
- VIII. **Business School Students Perceptions of Internet Advertising**
ONAY A.
ATINER, Atina, Yunanistan, 13 - 16 Mayıs 2013
- IX. **Men s Perceptions Towards Men s Figures Represented at Print Advertisements**
ONAY A., SANDIKCIOĞLU B.
5th International Symposium "Communication in the Millenium", Amerika Birleşik Devletleri, 16 - 18 Mayıs 2007, ss.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", Amerika Birleşik Devletleri, 11 - 13 Mayıs 2005, ss.375-392
- XI. **The Evaluation of Turkish Consumers Attitudes Towards Foreign Products**
ONAY A.
3rd International Symposium "Communication in the Millenium", North Carolina, Amerika Birleşik Devletleri, 11 - 13 Mayıs 2005, ss.375-388