

## Personal Information

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

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

## International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-6019-3831

Yoksis Researcher ID: 247265

## Education Information

Doctorate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (Dr), Turkey 2019 - Continues

Postgraduate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (YI) (Tezli), Turkey 2016 - 2018

Undergraduate, Kadir Has University, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, Turkey 2011 - 2015

## Dissertations

Postgraduate, Sosyal amaca dayalı pazarlama ve kurum imajı ilişkisi: Eker-adım adım oluşumu işbirliği üzerine bir araştırma, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (YI) (Tezli), 2018

## Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **Extending the technology acceptance model to explain how perceived augmented reality affects consumers' perceptions**  
OYMAN M., BAL D., ÖZER S.  
COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR, vol.128, 2022 (SSCI)

## Articles Published in Other Journals

- I. **GÖZ İZLEME YÖNTEMİ: HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BAĞLAMINDA GENEL BİR BAKIŞ**  
BAL D., BAYÇU S.  
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, vol.6, no.2, pp.286-305, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **A STUDY ON AD AVOIDANCE BEHAVIOR OF COMMUNICATION STUDENTS' AS A FORM OF COMMUNICATION**  
BAL D., YILMAZ R. A.  
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, vol.9, no.2, pp.566-597, 2021 (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)

## **Books & Book Chapters**

- I. **Değişen Tüketici Davranışları Ve Sürdürülebilirlik: Sürdürülebilir Tüketici Davranışını Artırmaya Yönelik Öneriler**  
BAL D., BAYÇU S.  
in: Reklam ve Halkla İlişkiler Çalışmaları, Akyol Çekiç, Ayça; Akyol, Mevlüt, Editor, Nobel Yayınları, Ankara, pp.93-122, 2022
- II. **Dijital Çağın Reklam Aracı: Markalı Mobil Uygulamalar**  
BAL D., OYMAN M.  
in: Reklamcılıktan Siyasal İletişime Disiplinler Arası Çalışmalar, Ömer Kutlu, Editor, Detay, Ankara, pp.121-148, 2020
- III. **Reklamlar ve Cinsiyet Stereotipleri**  
ONAY A., BAL D.  
in: Reklam Araştırmaları, Kutlu, Ömer, Editor, Detay Yayıncılık, Ankara, pp.35-54, 2019

## **Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings**

- I. **YENİ MEDYA VE DİJİTAL HİKAYE ANLATICILIĞININ GELECEĞİ**  
BAL D., ONAY A.  
16 th International Symposium Communication in the Millennium, 25 - 28 April 2018
- II. **The Triple Relationship Between Corporate Social Responsibility, Reputation Management and Sustainability**  
BAL D.  
4. Uluslararası İtibar Yönetimi Konferansı, İstanbul, Turkey, 16 March 2016