

Doç. Dr. EMRAH GÜLMEZ

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 222 335 0580](tel:+902223350580) Dahili: 5772

E-posta: emrahgulmez@anadolu.edu.tr

Diğer E-posta: emrahgulmez85@gmail.com

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

Posta Adresi: Orhangazi Mah. Şevkat Sk. Hisarpark 6-F Blok. No: 1/10
Odunpazarı-Eskişehir

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

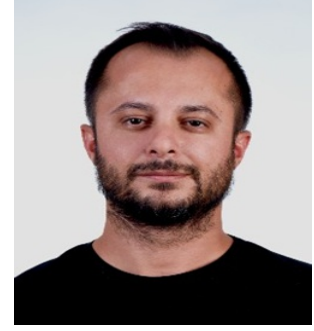
ScholarID: UWu9RP4AAAAJ

ORCID: 0000-0002-4850-9725

Publons / Web Of Science ResearcherID: GYD-8279-2022

ScopusID: 58095047200

Yoksis Araştırmacı ID: 53502



Eğitim Bilgileri

2011 - 2017

Doktora, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (Dr), Türkiye

2009 - 2011

Yüksek Lisans, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (Y) (Tezli), Türkiye

2003 - 2008

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, Reklamcılık Ve Halkla İlişkiler Bölümü, Türkiye

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

2017

Küresel reklamcılıkta adaptasyon türleri: Adaptasyon reklam uygulamalarına yönelik etki araştırması, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (Dr), Doktora

2011

Reklamda tanık kullanımı: Kullanıcı tanıklığı ve uzman tanıklığı reklamlarına yönelik tutumların karşılaştırılması, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (Y) (Tezli), Yüksek Lisans

Araştırma Alanları

Pazarlama, İşletme Yönetimi, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi, Kitle İletişimi ve Araçları, Halkla İlişkiler, Reklamcılık ve Tanıtım, İletişim Bilimleri, İletişim Sanatları, Medya ve İletişim Sistemleri, İletişim Tasarımı, İnteraktif Medya Tasarımı

Akademik Unvanlar / Görevler

| | |
|---------------------|---|
| 2023 - Devam Ediyor | Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ |
| 2018 - 2023 | Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ |
| 2009 - 2018 | Araştırma Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ |

Akademik İdari Deneyim

| | |
|---------------------|---|
| 2020 - Devam Ediyor | Koordinatör Yardımcısı, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık |
| 2019 - Devam Ediyor | Erasmus Staj Koordinatörü, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık Bölümü |
| 2010 - 2019 | Erasmus Staj Koordinatör Yardımcısı, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık Bölümü |
| 2013 - 2016 | Staj Komisyon Başkan Yardımcısı, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık Bölümü |

Verdiği Dersler

| | |
|---|---|
| 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021 | Bitirme Projesi I, Lisans |
| 2021 - 2022, 2020 - 2021 | Uzmanlık Alan Dersi, Yüksek Lisans |
| 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018 | Reklamda Yaratıcılık II, Lisans |
| 2021 - 2022, 2020 - 2021 | Tez, Yüksek Lisans |
| 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018 | Marka İletişimi Yönetimi, Lisans |
| 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020 | Dijital Reklam Yazarlığı, Lisans |
| 2021 - 2022, 2020 - 2021 | Reklam Yazarlığı Uygulamaları, Lisans |
| 2021 - 2022, 2019 - 2020 | Seminer, Yüksek Lisans |
| 2021 - 2022, 2020 - 2021 | Dönem Projesi, Yüksek Lisans |
| 2021 - 2022 | Kurumsal Sosyal Medya Yönetimi, Yüksek Lisans |
| 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018 | Reklam Kampanyası Tasarımı, Lisans |
| 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018 | Reklam Yazarlığı II, Lisans |

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Usage of Emoji in Advertising: The Effects of Emojis on the Memorability of Advertising Message**
Akarsu H., Gülmez E., Öztürk M. C.
TURKIYE İLETİSİM ARASTIRMALARI DERGISI-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, sa.36, ss.1-32, 2020 (ESCI)
- II. **Netflix'in Türkiye'ye Özgü Reklam Filmlerinin Küresel Markaların Yerel Reklam Stratejileri Bağlamında Değerlendirilmesi**
GÜLMEZ E.
JOURNAL OF ERCIYES COMMUNICATION, cilt.6, ss.157-178, 2019 (Hakemli Dergi)
- III. **Marka Tercihinde Duyuların Rolü: Starbucks ve Kahve Dünyası Markalarının Duyusal Markalama Açısından Karşılaştırılması**
GÜLMEZ E.
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.5, sa.1, ss.58-84, 2017 (Hakemli Dergi)
- IV. **Kullanıcı Tanıklığı ve Uzman Tanıklığı Reklamlarına Yönelik Tutumların Karşılaştırılması**
GÜLMEZ E.
Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, cilt.3, sa.12, ss.120-137, 2016 (Hakemli Dergi)
- V. **KAR AMACI GÜTMİYEN KURUMLARIN KURUMSAL İTİBARI: KIZILAY ÖRNEĞİ**
UÇAR F., GÜLMEZ E., MUTLU Ö., ERBAŞ S., GEZ K.
JOURNAL OF SELCUK COMMUNICATION, cilt.8, sa.4, ss.131-153, 2015 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Branded Podcasts: The Return of Aural Content with Examples From Turkey**
GÜLMEZ E.
Handbook of Research on the Future of Advertising and Brands in the New Entertainment Landscape, Blanca Miguélez-Juan, Gema Bonales-Daimiel, Editör, IGI Global, Hershey, ss.135-168, 2023
- II. **Reklamda Strateji ve Yaratıcı Yapım Uygulamaları (Execution) İlişkisi**
GÜLMEZ E., CANER A.
Reklamda Strateji, Aslan Emre Ş., Editör, NEU Press, Konya, ss.401-426, 2023
- III. **Süreç, Türler ve Tutum Açısından Reklamın Adaptasyonu**
GÜLMEZ E.
Detay Yayıncılık, Ankara, 2022
- IV. **Purpose-Driven Marketing Wars: Dishwashing Detergent Brands' Purpose-Driven Marketing Campaigns in Turkey**
GÜLMEZ E.
Cases on Digital Strategies and Management Issues in Modern Organizations, Santos, José Duarte, Editör, IGI Global, Hershey, ss.200-236, 2022
- V. **Bir Küresel Marka Olarak Disney+ Türkiye İletişim Kampanyaları: Dijital İçerik Pazarlaması Açısından Örnek Olay İncelemesi**
GÜLMEZ E.
Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Teori ve Araştırmalar-II, Çatalcalı Ceylan Ayşe, Batal Salih, Sülü Akgül Ceylan, Editör, Serüven Yayınevi, İzmir, ss.227-256, 2022
- VI. **Dijital İçerik Pazarlaması**
Gülmez E. (Editör)
Anadolu Yayınları, Eskişehir, 2021
- VII. **Dijital Medyada Kişisel Yayın**
GÜLMEZ E.
Dijital Medya ve Tüketici, Çınar Naim, Özbaş Anbarlı Züleyha, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.136-164, 2021
- VIII. **Brand Purpose and Purpose-Driven Marketing: The New Digital**
GÜLMEZ E.

Handbook of Research on IoT, Digital Transformation, and the Future of Global Marketing, El-Gohary Hatem, Edwards David, Ben Mimoun Mohamed Slim, Editör, IGI Global, Hershey, ss.330-361, 2021

- IX. **Dijital İçerik Pazarlaması Açısından Podcast**
GÜLMEZ E.
Dijital İçerik Pazarlaması, Gülmez, Emrah, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.146-177, 2021
- X. **Sosyal Medya Reklam Uygulamaları**
GÜLMEZ E.
Dijital Çağda Reklam, Yıldız Serdar, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.92-129, 2021
- XI. **Dijital İçerik Pazarlaması Açısından Sosyal Ağlar**
AKINCI S., GÜLMEZ E.
Dijital İçerik Pazarlaması, Gülmez, Emrah, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.112-145, 2021
- XII. **Dijital İçerik Pazarlaması Açısından Video**
APAYDIN C., GÜLMEZ E.
Dijital İçerik Pazarlaması, Gülmez, Emrah, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.72-110, 2021
- XIII. **Dijital İçerik Pazarlaması Açısından Web Sitesi ve Bloglar**
GÜLMEZ E.
Dijital İçerik Pazarlaması, Gülmez, Emrah, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.178-213, 2021
- XIV. **Diğer Pazarlama İletişimi Unsur ve Uygulamaları**
AĞLARGÖZ F., GÜLMEZ E.
Pazarlama İletişimi, Oyman Mine, Erdoğan Bayram Zafer, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.206-242, 2020
- XV. **Reklam Araştırmalarında Web Analitik Kullanımı**
GÜLMEZ E., AKARSU H.
İletişim Araştırmalarında Farklı Bakış Açılı, Şener Gülcan, Yıldız Serdar, Editör, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.121-151, 2019
- XVI. **Advertising Adaptation: Beyond Standardization and Translation of Ads**
GÜLMEZ E.
Breaking Down Language and Cultural Barriers Through Contemporary Global Marketing Strategies, Khosrow-Pour, Mehdi, Editör, IGI Global, Hershey, ss.145-167, 2019
- XVII. **Afet Farkındalık Kampanyalarında Durum Analizi**
GÜLMEZ E., ATEŞ S.
Acil Durum ve Afet Farkındalık Eğitimi, Usta İlker, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.26-60, 2017
- XVIII. **Uygulama Planları**
BALABAN SALI J., GÜLMEZ E.
Halkla İlişkiler Kampanya Analizi, Balaban Salı Jale, Editör, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, ss.126-147, 2016
- XIX. **Reklam Kampanyasının Etkinliğinin Analizi**
YAZICI M., GÜLMEZ E.
Reklam Kampanya analizi, Müjgan Yazıcı, Editör, Anadolu üniversitesi Basımevi, Eskişehir, ss.140-164, 2016
- XX. **Tanımlı Reklam: Reklamda "Bir Bilen"i Göstermek**
GÜLMEZ E.
Reklam Diyor Ki 1, ÇALLI İÇTEN DUYGU, SEÇİM MUSTAFA ÖZGÜR, Editör, Literatürk Academia, Konya, ss.119-157, 2016
- XXI. **Reklam Kampanyasının Etkinliğinin Analizi**
YAZICI M., GÜLMEZ E.
Reklam Kampanya Analizi, Yazıcı Müjgan, Çınar Naim, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.139-165, 2016
- XXII. **Efsane Reklamcılar ve Efsane Reklamları**
ŞENER G., GÜLMEZ E.
Reklam Diyor Ki 1, ÇALLI İÇTEN DUYGU, SEÇİM MUSTAFA ÖZGÜR, Editör, Literatürk Academia, Konya, ss.211-272, 2016
- XXIII. **Görsel Kimlik**
GÜLMEZ E.

Markalaşma Yolunda KOBİ lerde Marka Yapılandırma ve Yönetimi, Uztuğ Ferruh, Editör, ATSO, Antalya, ss.163-176, 2014

XXIV. Marka Adı Belirlenmesi

GÜLMEZ E.

Markalaşma Yolunda KOBİ lerde Marka Yapılandırma ve Yönetimi, Uztuğ Ferruh, Editör, ATSO, Antalya, ss.155-162, 2014

XXV. Marka Vizyonu

GÜLMEZ E.

Markalaşma Yolunda KOBİ lerde Marka Yapılandırma ve Yönetimi, Uztuğ Ferruh, Editör, ATSO, Antalya, ss.89-96, 2014

XXVI. Reklam

UZTUĞ F., GÜLMEZ E.

Pazarlama İletişimi, Odabaşı Yavuz, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.28-47, 2013

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Amaç Yönelimli Pazarlama Uygulamaları: Patagonia Örneği**
GÜLMEZ E.
5th Cultural Informatics, Communication & Media Studies Conference, Kayseri, Türkiye, 16 - 18 Mayıs 2022
- II. **Bir Online Müzik Platformu Olarak Spotify ve Spotify'da Yayınlanan Reklamlara Yönelik Tüketici Tutumları**
GÜLMEZ E.
3rd Cultural Informatics, CommunicationMedia Studies Conference, Aydın, Türkiye, 20 - 22 Nisan 2020
- III. **Netflix'in Türkiye'ye Özgü Reklamlarının Küresel Markaların Yerel Reklam Stratejileri Bağlamında Değerlendirilmesi**
GÜLMEZ E.
International Symposium on Communication In The Digital Age, Mersin, Türkiye, 18 - 19 Ekim 2018
- IV. **Classification and Evaluation of Different Adaptation Ad Formats: A Doctoral Research Paper**
GÜLMEZ E.
8th Biennial Conference of the Academy of World Business, Marketing and Management Development, Atina, Yunanistan, 17 - 20 Temmuz 2018
- V. **Dreaming of Neverland Past and Present of Advertising Creativity From the Perspectives of Turkish Advertising Creatives**
ÇALLI İ. D., ŞENER G., GÜLMEZ E.
13th Communication In the Millenium, Pennsylvania, Amerika Birleşik Devletleri, 12 - 15 Mayıs 2015, ss.181-190
- VI. **Publicity vs. Advertisement: The Comparison of Consumer Attitudes for Advertisements and Publicities in Newspapers for Technological Products**
GÜLMEZ E.
Global Business Conference, Dubrovnik, Hırvatistan, 13 - 16 Ekim 2010
- VII. **Türkiye'de 4207 Sayılı Sigara Yasağı ile Ortaya Çıkan Smirting Kavramı ve Bu Kavramın Türk İlişki Anlayışına Yansıması**
GÜLMEZ E., ODACIOĞLU M. P.
Sessizsiniz- 6. Ulusal İletişim Öğrencileri Sempozyumu, Eskişehir, Türkiye, 12 - 13 Nisan 2010
- VIII. **Which is the Best Type to Persuade? Testimonial Types as a Persuasion Tactic**
GÜLMEZ E.
European Business Conference, Prag, Çek Cumhuriyeti, 8 - 11 Haziran 2009

Desteklenen Projeler

2014 - 2017

Küresel Reklamcılıkta Adaptasyon Türleri: Adaptasyon Reklam Uygulamalarına Yönelik Etki Araştırması, Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje

Metrikler

Yayın: 39

Sanatsal Etkinlik

Mart 2018

GÜLMEZ E., Bizim Mahallenin Kedileri Belgesel Fotoğraf Sergisi

Aralık 2017

GÜLMEZ E., "Bir Heves Son Nefes Olmasın" Madde Bağımlılığına Yönelik Duyarlılığı Artırma Konulu Kamu Spotu Yarışması

Akademi Dışı Deneyim

2008 - 2010

One Dergi

2008 - 2008

Şirket, Markam Pazarlama Yönetimi ve İletişim Danışmanlığı, Marka Danışmanlığı