

Prof. RASİME AYHAN YILMAZ

Personal Information

Email: rayilmaz@anadolu.edu.tr

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

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0003-2032-7169

Yoksis Researcher ID: 108094

Education Information

Doctorate, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, İletişim Ve Tasarımı Bölümü, Turkey 1994 - 1999

Postgraduate, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, İletişim Ve Tasarımı Bölümü, Turkey 1991 - 1994

Undergraduate, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, İletişim Ve Tasarımı Bölümü, Turkey 1986 - 1991

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, Duygusal Çekicilikli Reklamların İletişim Etkileri, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, İletişim Ve Tasarımı Bölümü, 1999

Postgraduate, Oy Verme Davranışını Artırıcı İletişim Kampanyaları, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, İletişim Ve Tasarımı Bölümü, 1994

Academic Titles / Tasks

Professor, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, 2015 - Continues

Associate Professor, Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, 2007 - 2015

Anadolu University, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ, 1999 - 2007

Academic and Administrative Experience

Anadolu University, 2017 - Continues

Anadolu University, 2019 - 2019

Anadolu University, 2011 - 2019

Anadolu University, 2013 - 2014

Anadolu University, 2003 - 2011

Courses

HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYA TASARIMI, Undergraduate, 2019 - 2020, 2012 - 2013
Gündem Yönetimi ve Kriz İletişimi, Postgraduate, 2019 - 2020
REKLAM KAMPANYASI TASARIMI, Undergraduate, 2019 - 2020, 2013 - 2014
REKLAM KURAMLARI, Doctorate, 2019 - 2020, 2013 - 2014
Reklam Psikolojisi, Postgraduate, 2019 - 2020
PERSUASİVE COMMUNİCATION, Undergraduate, 2017 - 2018, 2013 - 2014
REKLAMDA YARATICILIK, Undergraduate, 2013 - 2014
BİLİŞSEL VE DUYUŞSAL REKLAM YAKLAŞIMLARI, Doctorate, 2013 - 2014
REKLAM TARİHİ, Undergraduate, 2013 - 2014
TEZ, Postgraduate, 2013 - 2014

Articles Published in Other Journals

- I. **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)
- II. **4 Haziran 1995 Yerel Seçimlerinde Yazılı Basında Yer Alan Haber ve Köşe Yazılarının İçerik Bakımından Çözümlemesi**
YILMAZ R. A., BAYÇU S.
Kurgu Dergisi, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Post Truth Dönemde İtibarı Korumak: Sosyal Medyada Marka Krizleri Üzerine Bir İnceleme**
YILMAZ R. A., DORUK ŞAHİN Ö.
KURGU, vol.27, no.4, pp.137-157, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Anlatı Kuramı ve Reklamda Kullanımı: Anlatı Analizi Çerçevesinde Bir İnceleme**
ŞARDAĞI E., YILMAZ R. A.
Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, vol.4, no.2, pp.88-133, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **AYRINTILANDIRMA OLASILIĞI MODELİ ÇERÇEVESİNDE KAMU SPOTLARININ İNCELENMESİ: PORTAKAL VE FINDIK TÜKETİMİNE YÖNELİK ÖRNEKLER**
BİCAL A., YILMAZ R. A.
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, vol.2, no.2, pp.38-54, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Türkiye’de halkla ilişkiler şirketleri ve reklam ajansları web sayfalarını nasıl kullanıyorlar?**
ÖZTÜRK M. C., YILMAZ R. A.
Akdeniz İletişim, no.19, pp.9-27, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **emotional appelas are used in social advertising: Content analysis on Turkish case**
YILMAZ R. A., ÖZTÜRK M. C.
ONLINE JOURNAL OF COMMUNICATION AND MEDIA TECHNOLOGIES, vol.3, no.3, pp.74-90, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Emotional Appeals are used in Social Advertising: Content Analysis on Turkish Case**
YILMAZ R. A., ÖZTÜRK M. C.
ONLINE JOURNAL OF COMMUNICATION AND MEDIA TECHNOLOGIES, vol.3, no.3, pp.74-90, 2013 (ESCI)
- IX. **Tu rkiye de Halkla İlişkiler Şirketleri ve Reklam Ajansları Web Sayfalarını Nasıl Kullanıyorlar**
ÖZTÜRK M. C., YILMAZ R. A.
THE JOURNAL OF THE FACULTY OF COMMUNICATION OF THE UNIVERSITY OF AKDENİZ, vol.19, pp.9-27, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Advertising with social dimensions and emotional appeals: Content analysis on the case of the United States**
ÖZTÜRK M. C., YILMAZ R. A.

International Journal of the Humanities, vol.9, no.7, pp.297-316, 2011 (Scopus)

- XI. **Yatırımcı İlişkileri ve Finansal Halkla İlişkiler Bağlamında Şirketlerin Paydaşlarıyla İletişim Kurma Biçimleri: Web Siteleri Üzerinde Bir İnceleme.**
YILMAZ R. A., KARADEMİRLİDAĞ SUHER İ.
TURKIYE İLETİSİM ARASTIRMALARI DERGISI-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, no.16, 2010
(Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Kurumsal İletişim Amaçlı Blog Kullanımı**
YILMAZ R. A.
Pİ Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi,, 2010 (Non Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **TV Reklamlarında Çocuğa İlişkin Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Sunumu**
YILMAZ R. A., ULUYAĞCI C.
İleti-ş-im, no.6, pp.141-157, 2007 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **Marka Farkındalığı Oluşturmada Sponsorluk ve Rolü: Eskişehir Sinema Günleri'xxne Yönelik Bir Değerlendirme**
YILMAZ R. A.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2007 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Reklamda Toplumsal Cinsiyet Kavramı: 1960–1990 Yılları arası Milliyet Gazetesi Reklamlarına Yönelik Bir İçerik Analizi**
YILMAZ R. A.
JOURNAL OF SELCUK COMMUNICATION, vol.4, no.4, 2007 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **Strategies for the marketing of higher education with comparative contextual reference between Australia and Turkey**
demiray U., Nagy J., YILMAZ R. A.
TURKISH ONLINE JOURNAL OF DISTANCE EDUCATION, vol.8, no.2, pp.157-173, 2007 (Scopus)
- XVII. **Reklamın Etkisini Ölçmede Kullanılan Modeller**
YILMAZ R. A.
Pİ (Pazarlama ve İletişim Kültürü) Dergisi, vol.2, no.2, pp.42-48, 2002 (Non Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **İlanattan İnternete: Türkiye'de Reklamcılık**
YILMAZ R. A.
Kurgu Dergisi, no.18, pp.355-367, 2001 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **Tüketim Kültüründe İki Sunum Biçim: Reklam ve Moda**
YILMAZ R. A.
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, pp.285-292, 1998 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **Seçim Dönemlerinde Oy Verme Davranışını Artırıcı İletişim Kampanyası**
YILMAZ R. A.
CONNECTIST-ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF COMMUNICATION SCIENCES, no.6, pp.395-420, 1997 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **Medyanın Gücü**
YILMAZ R. A., BAYÇU S.
Yeni Türkiye Dergisi, Medya Özel Sayısı, no.eylül-ekim, pp.520-522, 1996 (Non Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Ünite 1-Genel olarak işletme iletişimi; Ünite 6-Rapor, teklif ve proje hazırlanması**
BENLİGİRAY S., ÖZKAN H., ESKİYÖRÜK D., YETGİN D., YILMAZ R. A., ÖZTÜRK M. C.
in: İşletme İletişimi, Serap Benligiray, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.2-41, 2020
- II. **Nazar Büyüm: Hikayesi Olan İşler Yapmak ve Fark Edilmek.**
YILMAZ R. A., GENÇ Ç.
in: Reklam Ustaları 2, Elden, Müge ve Çelik, Murat, Editor, Detay Yayıncılık, pp.249-280, 2017
- III. **Persuasive Claims on Turkish TV Commercials**

YILMAZ R. A.

in: mass Media research: International approach, Yorgo Pasadeos ve Dimitra Dimitrakopoulou, Editor, Athens Institute for Education and Research, Atina, pp.101-110, 2006

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Posttruth döneminde itibarı korumak: Sosyal medyada marka krizleri üzerine bir inceleme**
YILMAZ R. A., DORUK ŞAHİN Ö.
Prof.Dr. Alaaddin Asna Anısına Yeni Zamanlar ve Halka İlişkiler Sempozyumu, Turkey, 25 - 26 April 2019
- II. **Analyzing the content of youth and future messages in Twitter Messages of Presidential Candidates in Turkey**
YILMAZ R. A.
The Asian Conference on Media, Communication Film (MedAsia2018), 9 - 11 October 2018
- III. **Web Dizilerinde Yayınlanan Reklamlara Yönelik Tüketici Tutumları Üzerine Bir Araştırma**
BAŞER E., AKSOY S., UĞURHAN Y. Z. C., YILMAZ R. A.
16th International Symposium Communication in the Millennium, Eskişehir, Turkey, 25 - 28 April 2018
- IV. **The Effects of Word-of-Mouth Communication on Attitudes towards Product Evaluations: A Descriptive Research on Turkish University Students**
YILMAZ R. A.
2008 Summer Global Conference on Business and Finance, 28 - 31 May 2008
- V. **The Differences Between Commercials of Turkish and American Brands**
YILMAZ R. A.
5th International Symposium Communication in the Millennium, 15 May 2007 - 16 May 2007
- VI. **“How Does the Celebrity Work for Brand? An Analysis on Turkish TV Advertising**
YILMAZ R. A.
3rd International Symposium Communication in the Millennium: A Dialogue between Turkish and American Scholars, United States Of America, 08 May 2005, pp.415-428
- VII. **Kız Çocuklarının Okullaşmasına Destek Kampanyası: Hakkari İli Üzerine Bir Değerlendirme**
YILMAZ R. A.
Uluslararası Çocuk ve İletişim Sempozyumu, İstanbul, Turkey, 4 - 06 April 2005, vol.2, pp.1315-1325
- VIII. **An Analysis of Thesis and Dissertations on Advertising and Public Relations**
YILMAZ R. A., BAYÇU S.
1st International symposium Communication in the Millennium, Austin, United States Of America, 19 - 21 February 2003
- IX. **An Analysis of Thesis and Dissertations on Advertising and Public Relations in Turkey**
YILMAZ R. A., BAYÇU S.
1st International Symposium Communication In The New Millennium, Austin, United States Of America, 04 June 2003, pp.403-415
- X. **İşletmelerde Rekabet Avantajı Yaratması Açısından Müşteri İlişkileri Yönetimi'nin (CRM) Esasları ve Strateji Oluşturma**
YILMAZ R. A., PİRTİNİ S.
7. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 31 May - 02 June 2002
- XI. **Duygusal Çekicilikli Reklamların İletişim Etkileri**
YILMAZ R. A.
Ulusal İletişim Sempozyumu, Ankara, Turkey, 03 May 2000, vol.3, pp.189

Supported Projects

ORHON E. N., YILMAZ R. A., Project Supported by Higher Education Institutions, Kamu Hizmeti Bağlamında Polis ve Hizmet Sunduğu Paydaşları Arasında İletişim Süreçlerinin Yönetimi 155 Polis İmdat hattı Özelinde İletişim Uygulamaları, 2014 - Continues

YILMAZ R. A., Uluslararası Reklamcılık Derneği IAA 7 Üniversitelerarası Reklam Yarışması Genç Evlilikler ve Genç Anneliklerin Erken Yaşta Yapılan Doğumların Önlenmesi bütünlük iletişim kampanyası, Continues

YILMAZ R. A., UNICEF MEB İşbirliğinde Yürütülen Haydi Kızlar Okula Kız Çocuklarının Okulluğuna Destek Kampanyası, Continues

YILMAZ R. A., IAA Inter Ad IX International Student Advertising Competition, Continues

YILMAZ R. A., Uluslararası Reklamcılık Derneği IAA 6 Üniversitelerarası Reklam Yarışması Çocuklarımızı Dövmeyelim bütünlük iletişim kampanyası, Continues

YILMAZ R. A., Avrupa Birliği Türkiye Temel Eğitime Destek Projesi TEDP Kız Çocuklarının Okulluğuna Yönelik İmam Muhtar Öğretmen Eğitimi Proje Danışmanı, Continues

YILMAZ R. A., Ruffles Öğrenci Reklam Filmleri, Continues

YILMAZ R. A., ce Advertising Campaign Training for European Universities, Continues

YILMAZ R. A., Uluslararası Reklamcılık Derneği IAA 5 Üniversitelerarası Reklam Yarışması Denizlerimiz Kirleniyor Onları Kurtaralım bütünlük iletişim kampanyası, Continues

YILMAZ R. A., european university teams, Continues