

Dr.Öğr.Üyesi BETÜL ÇEPNİ ŞENER

Kişisel Bilgiler

E-posta: betul.c.sener@bozok.edu.tr

Web: <https://avesis.bozok.edu.tr/1192>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-1894-6799

Yoksis Araştırmacı ID: 57256

Eğitim Bilgileri

Doktora, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Türkiye 2018 - 2022

Yüksek Lisans, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (YI) (Tezli), Türkiye 2016 - 2018

Lisans, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, Türkiye 2008 - 2012

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2007 - 2010

Ön Lisans, Süleyman Demirel Üniversitesi, Yalvaç Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, Türkiye 2005 - 2007

Yaptığı Tezler

Doktora, Sosyal ağ sitelerinde yer alan reklamlara yönelik şüpheliğe neden olan faktörler, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, 2022

Yüksek Lisans, Reklam etkililiği açısından geleneksel ve yeni medyadaki reklamların X, Y ve Z kuşakları üzerindeki etkisi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (YI) (Tezli), 2018

Akademik Unvanlar / Görevler

Dr.Öğr.Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık, 2023 - Devam Ediyor

Araştırma Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık Bölümü, 2016 - 2022

Araştırma Görevlisi, İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon Ve Sinema Bölümü, 2013 - 2015

Verdiği Dersler

PROJE GELİŞTİRME, Lisans, 2023 - 2024

DİJİTAL İLETİŞİM, Lisans, 2022 - 2023

REKLAM KAMPANYALARI, Lisans, 2022 - 2023

KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI I, Lisans, 2023 - 2024

MARKA İLETİŞİMİ, Lisans, 2023 - 2024

REKLAM YAZARLIĞI, Lisans, 2023 - 2024

PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Lisans, 2022 - 2023

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Televizyon ve Sosyal Medya Reklamlarında Müzik Kullanımına İlişkin Bir Değerlendirme**
COŞKUN E., ÇEPNİ ŞENER B.
Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.91-106, 2023 (Hakemli Dergi)
- II. **Sosyal Ağ Sitelerinin Özellikleri Çerçevesinde Reklam Uygulamalarının Değerlendirilmesi**
ŞENER B. Ç.
Yeni Medya (Online), sa.14, ss.327-344, 2023 (Hakemli Dergi)
- III. **SOSYAL MEDYADA MODA REKLAMCILIĞI: INSTAGRAM ÖRNEĞİ**
COŞKUN E., ÇEPNİ ŞENER B.
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.7, sa.1, ss.213-241, 2022 (Hakemli Dergi)
- IV. **Türkiye’de Endüstri 4.0 Döneminde Reklamcılığın Yol Haritasına Yönelik Bir Çalışma**
ÇEPNİ ŞENER B., COŞKUN E.
Akdeniz İletişim, cilt.36, sa.36, ss.159-177, 2021 (Hakemli Dergi)
- V. **Türkiye’de Covid-19 Sürecinde Sosyal Medya Pazarlaması: Pegasus ve Bim Örneği**
COŞKUN E., ÇEPNİ ŞENER B.
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.27-42, 2020 (Hakemli Dergi)
- VI. **SOSYAL AĞ SİTELERİNDE YER ALAN HABERLERİN İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ TARAFINDAN ALGILANMASI VE DEĞERLENDİRMESİNE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA**
ÇEPNİ ŞENER B.
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, ss.902-931, 2019 (Hakemli Dergi)
- VII. **Reklam etkililiği açısından geleneksel ve yeni medyada yayınlanan bir reklamın X, Y ve Z kuşakları arasında karşılaştırılması**
ÇEPNİ ŞENER B., UĞURHAN Y. Z. C.
İNİF E - Dergi, cilt.4, sa.1, ss.50-72, 2019 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Üniversite öğrencilerinin sosyal sorumlu satın alma davranışları profili üzerine bir araştırma**
UĞURHAN Y. Z. C., YAŞAR İ. H., ÇEPNİ ŞENER B.
Erciyes İletişim Dergisi, cilt.5, sa.3, ss.174-186, 2018 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Reklamı Yasaklı Olan Ürünlerin Pazarlanması**
BOZDAĞ ATEŞ A., ÇEPNİ ŞENER B.
Pazarlamanın Karanlık Yüzü, Ergan, Senem, Editör, Ekin, ss.209-226, 2023
- II. **İLETİŞİM ÇALIŞMALARI ALANINDA METAVERSE: MAKALELER VE TEZLER ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ**
ÇEPNİ ŞENER B.
İLETİŞİM ÇALIŞMALARI PERSPEKTİFİNDEN MEDYA, KÜLTÜR VE DİJİTALLEŞME, Çepni Şener Betül, Editör, Eğitim, ss.13-38, 2023
- III. **Şüphelilik Bağlamında Sosyal Ağlar ve Reklam**
ÇEPNİ ŞENER B.
Kriter Yayınevi, İstanbul, 2022
- IV. **Halkla İlişkiler Stratejileri Ekseninde Proaktif ve Reaktif Yaklaşımların İncelenmesi**
ÇEPNİ ŞENER B.
Kamu Kurumlarında Halkla İlişkiler, ALTİNCİK, HASAN, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, ss.189-203, 2022
- V. **DİJİTAL ÇAĞDA ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK TEKNOLOJİLERİ: REKLAM PERSPEKTİFİNDEN İNCELEME**
ÇEPNİ ŞENER B.
Dijitalleşme Bağlamında Birey, Toplum ve İletişim, UĞURHAN Yusuf Zafer Can, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, ss.55-71, 2022
- VI. **Sosyal Medya Reklamcılığı**

ÇEPNİ ŞENER B.

Dijital Reklamcılıkta Güncel Yaklaşımlar, BAŞER Emrah, COŞKUN Engin, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, ss.59-78, 2022

VII. Dijitalleşme ve Kriz İletişimi

ÇEPNİ ŞENER B.

Dijital Halkla İlişkilerde Güncel Yaklaşımlar, COŞKUN Engin, BAŞER Emrah, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, ss.39-54, 2022

VIII. Reklama Yönelik Tutumun Kuşaklar Arası Karşılaştırılması

COŞKUN E., ÇEPNİ ŞENER B.

Reklamcılıktan Siyasal İletişime Disiplinler Arası Çalışmalar, KUTLU, Ömer, Editör, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.149-176, 2020

IX. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının X, Y ve Z Kuşakları Bağlamında İncelenmesi

ÇEPNİ ŞENER B., COŞKUN E.

Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler, ÖZKOÇAK, Levent, Editör, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.45-88, 2020

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. TIKTOK FENOMENLERİNİN PAYLAŞIMLARINA YÖNELİK KULLANICI ALGISİNİN SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ**
ÇEPNİ ŞENER B.
2. INTERNATIONAL CANKAYA SCIENTIFIC STUDIES CONGRESS, Türkiye, 28 - 29 Eylül 2023, ss.1136-1154
- II. SOSYAL AĞ SİTE REKLAMLARINA YÖNELİK ŞÜPHECİ EĞİLİM VE KULLANICILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
ÇEPNİ ŞENER B., COŞKUN E.
INTERNATIONAL INTERDISCIPLINARY CONGRESS OF WOMEN IN SCIENCE "Diversity, Careers, Interdisciplinarity", Sivas, Türkiye, 13 - 14 Ocak 2023, ss.448-449
- III. Çocuklara Yönelik Mobil Oyunlarda Kullanılan Reklamlar Üzerine Bir Araştırma**
COŞKUN E., ÇEPNİ ŞENER B.
6th Cultural Informatics, Communication& Media Studies Conference, Türkiye, 25 Ekim 2022, ss.27-28
- IV. REKLAMDA NOSTALJİ KULLANIMI: TELEVİZYON REKLAMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME**
ÇEPNİ ŞENER B., COŞKUN E.
1. Uluslararası İletişim ve Yönetim Bilimleri Kongresi, Malatya, Türkiye, 26 - 28 Eylül 2019, ss.1218-1229

Metrikler

Yayın: 22