

Doç. Dr. 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

Doç. Dr., Yozgat Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, 2024 - Devam Ediyor

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. **Factors Affecting Consumers Online Purchasing Attitudes Towards Ads Guided by Artificial Intelligence**
AKSU S., ÇEPNİ ŞENER B.
İmgelem (Online), 2024 (Hakemli Dergi)
- II. **Sosyal Medyada Marka Bilinirliği: Tüketicilerin Tutumları ve Niyetleri Üzerine Bir Araştırma**
ÇEPNİ ŞENER B.
Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi, sa.11, ss.76-99, 2023 (Hakemli Dergi)
- III. **Reklam Güvenirliği ve Reklama Yönelik Tutum Bağlamında Sosyal Medya Okuryazarlık Becerilerinin İncelenmesi**
ÇEPNİ ŞENER B., COŞKUN E.
Intermedia International e-Journal, cilt.10, sa.19, ss.332-349, 2023 (Hakemli Dergi)
- IV. **Sürdürülebilir Modaya Yön Veren Markaların Instagram Gönderileri Üzerine Bir Araştırma**
ÇEPNİ ŞENER B., YILMAZ N.
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, sa.43, ss.42-66, 2023 (Hakemli Dergi)
- V. **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)
- VI. **Sosyal Ağ Sitelerinin Özellikleri Çerçevesinde Reklam Uygulamalarının Değerlendirilmesi**
ŞENER B. Ç.
Yeni Medya (Online), sa.14, ss.327-344, 2023 (Hakemli Dergi)
- VII. **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)
- VIII. **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)
- IX. **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)
- X. **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)
- XI. **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)
- XII. **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. **Dijital İletişim Çağında Hikâye Anlatıcılığı ve Reklamlar**
Çepni Şener B.
DİJİTALLEŞEN MEDYA VE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI, Çepni Şener Betül, Yılmaz Nurcan, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.39-59, 2023
- II. **Reklamı Yasaklı Olan Ürünlerin Pazarlanması**
BOZDAĞ ATEŞ A., ÇEPNİ ŞENER B.
Pazarlamanın Karanlık Yüzü, Ergen, Senem, Editör, Ekin, ss.209-226, 2023

- III. **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
- IV. **Şüphecilik Bağlamında Sosyal Ağlar ve Reklam**
ÇEPNİ ŞENER B.
Kriter Yayınevi, İstanbul, 2022
- V. **DİJİTAL ÇAĞDA ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK 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. **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
- VIII. **Dijitalleşme ve Kriz İletişimi**
ÇEPNİ ŞENER B.
Dijital Halkla İlişkilerde Güncel Yaklaşımlar, COŞKUN Engin, BAŞER Emrah, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, ss.39-54, 2022
- IX. **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
- X. **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. **Reklam Ajanslarının Geleceğini Şekillendiren Kodlar: Yapay Zekâ İle Stratejiler, Riskler ve Yaratıcılığın Dijital Evrimi**
ÇEPNİ ŞENER B.
5. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu, Antalya, Türkiye, 29 - 31 Mayıs 2024
- II. **REKLAM YARATICILIĞINDA BİLGİSAYARLA ÜRETİLEN GÖRÜNTÜLERİN ROLÜ: TÜKETİCİ PERSPEKTİFİNDEN DEĞERLENDİRME**
ÇEPNİ ŞENER B.
1. ULUSLARARASI BATI KARADENİZ İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI SEMPOZYUMU, Zonguldak, Türkiye, 24 - 26 Nisan 2024, ss.27
- III. **TİKTOK FENOMENLERİNİN PAYLAŞIMLARINA YÖNELİK KULLANICI ALGISININ SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ**
ÇEPNİ ŞENER B.
2. INTERNATIONAL CANKAYA SCIENTIFIC STUDIES CONGRESS, Türkiye, 28 - 29 Eylül 2023, ss.1136-1154
- IV. **SOSYAL AÇ 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

V. 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

VI. 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: 28