

Assoc. Prof. BETÜL ÇEPNİ ŞENER

Personal Information

Email: betul.c.sener@bozok.edu.tr

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

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-1894-6799

Yoksis Researcher ID: 57256

Education Information

Doctorate, Anadolu University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Turkey 2018 - 2022

Postgraduate, Anadolu University, Institute Of Social Sciences, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (YI) (Tezli), Turkey 2016 - 2018

Undergraduate, Marmara University, Faculty Of Communication, Public Relations And Publicity, Turkey 2008 - 2012

Undergraduate, Anadolu University, Faculty Of Business Administration, Department Of Business, Turkey 2007 - 2010

Associate Degree, Suleyman Demirel University, Yalvaç Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, Turkey 2005 - 2007

Dissertations

Doctorate, Sosyal ağ sitelerinde yer alan reklamlara yönelik şüphecilğe neden olan faktörler, Anadolu University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, 2022

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

Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Yozgat Bozok University, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, 2024 - Continues

Assistant Professor, Yozgat Bozok University, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, 2023 - Continues

Research Assistant, Anadolu University, Department Of Public Relations And Advertising, 2016 - 2022

Research Assistant, Inonu University, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon Ve Sinema Bölümü, 2013 - 2015

Courses

PROJE GELİŞTİRME, Undergraduate, 2023 - 2024

DİJİTAL İLETİŞİM, Undergraduate, 2022 - 2023

REKLAM KAMPANYALARI, Undergraduate, 2022 - 2023

KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI I, Undergraduate, 2023 - 2024

MARKA İLETİŞİMİ, Undergraduate, 2023 - 2024

REKLAM YAZARLIĞI, Undergraduate, 2023 - 2024

PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Undergraduate, 2022 - 2023

Articles Published in Other Journals

- I. **Factors Affecting Consumers Online Purchasing Attitudes Towards Ads Guided by Artificial Intelligence**
Aksu S., Çepni Şener B.
İmgelem (Online), vol.1, no.14, pp.373-400, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Sosyal Medyada Marka Bilinirliği: Tüketicilerin Tutumları ve Niyetleri Üzerine Bir Araştırma**
ÇEPNİ ŞENER B.
Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi, no.11, pp.76-99, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Reklam Güvenirliği ve Reklama Yönelik Tutum Bağlamında Sosyal Medya Okuryazarlık Becerilerinin İncelenmesi**
ÇEPNİ ŞENER B., COŞKUN E.
Intermedia International e-Journal, vol.10, no.19, pp.332-349, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Sürdürülebilir Modaya Yön Veren Markaların Instagram Gönderileri Üzerine Bir Araştırma**
ÇEPNİ ŞENER B., YILMAZ N.
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, no.43, pp.42-66, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Televizyon ve Sosyal Medya Reklamlarında Müzik Kullanımına İlişkin Bir Değerlendirme**
COŞKUN E., ÇEPNİ ŞENER B.
Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, vol.5, no.2, pp.91-106, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Evaluation of Advertising Applications Within the Framework of the Features of Social Network Sites**
ŞENER B. Ç.
Yeni Medya (Online), no.14, pp.327-344, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **SOSYAL MEDYADA MODA REKLAMCILIĞI: INSTAGRAM ÖRNEĞİ**
COŞKUN E., ÇEPNİ ŞENER B.
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, vol.7, no.1, pp.213-241, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Türkiye’de Endüstri 4.0 Döneminde Reklamcılığın Yol Haritasına Yönelik Bir Çalışma**
ÇEPNİ ŞENER B., COŞKUN E.
Akdeniz İletişim, vol.36, no.36, pp.159-177, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Türkiye’de Covid-19 Sürecinde Sosyal Medya Pazarlaması: Pegasus ve Bim Örneği**
COŞKUN E., ÇEPNİ ŞENER B.
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, vol.5, no.2, pp.27-42, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.4, no.1, pp.50-72, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, pp.902-931, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.5, no.3, pp.174-186, 2018 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Dijital İletişim Çağında Hikâye Anlatıcılığı ve Reklamlar**
Çepni Şener B.
in: DİJİTALLEŞEN MEDYA VE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI, Çepni Şener Betül, Yılmaz Nurcan, Editor, Nobel Yayınevi, Ankara, pp.39-59, 2023
- II. **Reklamı Yasaklı Olan Ürünlerin Pazarlanması**
BOZDAĞ ATEŞ A., ÇEPNİ ŞENER B.
in: Pazarlamanın Karanlık Yüzü, Ergan, Senem, Editor, Ekin, pp.209-226, 2023

- III. **İLETİŞİM ÇALIŞMALARI ALANINDA METAVERSE: MAKALELER VE TEZLER ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ**
ÇEPNİ ŞENER B.
in: İLETİŞİM ÇALIŞMALARI PERSPEKTİFİNDEN MEDYA, KÜLTÜR VE DİJİTALLEŞME, Çepni Şener Betül, Editor, Eğitim, pp.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.
in: Dijitalleşme Bağlamında Birey, Toplum ve İletişim, UĞURHAN Yusuf Zafer Can, Editor, Eğitim Yayınevi, Konya, pp.55-71, 2022
- VI. **Sosyal Medya Reklamcılığı**
ÇEPNİ ŞENER B.
in: Dijital Reklamcılıkta Güncel Yaklaşımlar, BAŞER Emrah, COŞKUN Engin, Editor, Eğitim Yayınevi, Konya, pp.59-78, 2022
- VII. **Halkla İlişkiler Stratejileri Ekseninde Proaktif ve Reaktif Yaklaşımların İncelenmesi**
ÇEPNİ ŞENER B.
in: Kamu Kurumlarında Halkla İlişkiler, ALTİNCİK, HASAN, Editor, Eğitim Yayınevi, Konya, pp.189-203, 2022
- VIII. **Dijitalleşme ve Kriz İletişimi**
ÇEPNİ ŞENER B.
in: Dijital Halkla İlişkilerde Güncel Yaklaşımlar, COŞKUN Engin, BAŞER Emrah, Editor, Eğitim Yayınevi, Konya, pp.39-54, 2022
- IX. **Reklama Yönelik Tutumun Kuşaklar Arası Karşılaştırılması**
COŞKUN E., ÇEPNİ ŞENER B.
in: Reklamcılıktan Siyasal İletişime Disiplinler Arası Çalışmalar, KUTLU, Ömer, Editor, Detay Yayıncılık, Ankara, pp.149-176, 2020
- X. **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının X, Y ve Z Kuşakları Bağlamında İncelenmesi**
ÇEPNİ ŞENER B., COŞKUN E.
in: Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler, ÖZKOÇAK, Levent, Editor, Detay Yayıncılık, Ankara, pp.45-88, 2020

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Reklam Ajanslarının Geleceğini Şekillendiren Kodlar: Yapay Zekâ İle Stratejiler, Riskler ve Yaratıcılığın Dijital Evrimi**
ÇEPNİ ŞENER B.
5. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu, Antalya, Turkey, 29 - 31 May 2024
- II. **REKLAM YARATICILIĞINDA BİLGİSAYARLA ÜRETİLEN GÖRÜNTÜLERİN ROLÜ: TÜKETİCİ PERSPEKTİFİNDEN DEĞERLENDİRME**
ÇEPNİ ŞENER B.
1. ULUSLARARASI BATI KARADENİZ İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI SEMPOZYUMU, Zonguldak, Turkey, 24 - 26 April 2024, pp.27
- III. **TİKTOK FENOMENLERİNİN PAYLAŞIMLARINA YÖNELİK KULLANICI ALGISININ SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ**
ÇEPNİ ŞENER B.
2. INTERNATIONAL CANKAYA SCIENTIFIC STUDIES CONGRESS, Turkey, 28 - 29 September 2023, pp.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, Turkey, 13 - 14 January 2023, pp.448-449

V. Çocuklara Yönelik Mobil Oyunlarda Kullanılan Reklamlar Üzerine Bir Araştırma

COŞKUN E., ÇEPNİ ŞENER B.

6th Cultural Informatics, Communication& Media Studies Conference, Turkey, 25 October 2022, pp.27-28

VI. REKLAMDA NOSTALJİ KULLANIMI: TELEVİZYON REKLAMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

ÇEPNİ ŞENER B., COŞKUN E.

1. Uluslararası İletişim ve Yönetim Bilimleri Kongresi, Malatya, Turkey, 26 - 28 September 2019, pp.1218-1229

Metrics

Publication: 28