

EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

REKLAMCILIK YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA PROGRAMINDA TAMAMLANAN TEZLER

DOKTORA

Tez Sahibi	Tez Danışmanı	Tez Konusu	Yılı
Uğur BAKIR	Prof.Dr. Müge ELDEN	Reklam mesajlarının etkililiğinde kaynağın fiziksel çekiciliğinin rolü <i>The role of source's physical attractiveness on the effectiveness of advertisement messages</i>	2012
İçten Duygu ÇALLI	Doç.Dr. Işıl KARPAT AKTUĞLU	Uluslararası reklamcılık açısından göç ve kültür ilişkisi: Türk göçmenlere yönelik televizyon reklamlarının incelenmesi <i>The relationship between migration and culture in terms of international advertising: Analyzing the advertisements which target Turkish emigrants</i>	2012
Mehmet YAKIN	Prof.Dr. Müge ELDEN	Postmodern pazarlama çağında reklam anlayışında meydana gelen değişim <i>Evolving advertising approach in the course of postmodern marketing process</i>	2011
E. Özen OKAT ÖZDEM	Doç.Dr. F. Belma GÜNERİ FIRLAR	Doğrudan tepki reklamlarının tüketicilerin satın alma eğilimlerine etkileri <i>Effects of direct response advertising to consumer buying behaviour tendencies</i>	2011
Nihan AYTEKİN	Doç.Dr. Işıl KARPAT AKTUĞLU	Türkiye'de gazete reklamlarında doğa imgesinin sunumu <i>The presentation of nature image in print advertisements in Turkey</i>	2010
Nurettin Mert BATU	Doç.Dr. F. Belma GÜNERİ FIRLAR	Marka konumlandırmada yaratıcı reklam stratejileri <i>Creative advertising strategies on brand positioning</i>	2010
Ebru GÖKALİLER	Doç.Dr. Işıl KARPAT AKTUĞLU	İnternet reklamcılığında yeni bir mecra: Arama motoru reklamcılığı <i>A new medium on the internet advertising: Search engine advertising</i>	2010
Özkan ULUKÖK	Prof.Dr. Müge ELDEN	Marka değerinin iletilmesinde televizyon reklamlarının etkisi <i>Effect of TV ads on transferring brand value</i>	2009
Sinem YEYGEL	Prof.Dr. Müge ELDEN	Bir reklam ortamı olarak web sitelerinin müşteri memnuniyetine etkisi <i>The affect of websites as an advertising medium on customer satisfaction</i>	2008

YÜKSEK LİSANS

Tez Sahibi	Tez Danışmanı	Tez Konusu	Yılı
İdil ODABAŞ	Yrd.Doç.Dr. Sinem YEYGEL ÇAKIR	Lüks kozmetik markalarının tercih edilmesinde marka denkliğinin etkisi <i>The role of brand equity on the choice of luxury cosmetic brands</i>	2011
Erdem GEÇİT	Yrd.Doç.Dr. Sinem YEYGEL ÇAKIR	Televizyon reklamlarında korku kullanımı: Sigorta sektörü reklamlarına yönelik bir analiz <i>Use of fear in TV advertisements: An analysis towards insurance sector advertisements</i>	2011
Ceylan ÖZYİĞİT	Doç.Dr. Işıl KARPAT AKTUĞLU	Tüketim mallarında çizgi roman kahramanlarının kullanılmasının marka bilinirliğine etkisi <i>The effect of using comics heroes on consumer goods in brand awareness</i>	2010
Murat ÇELİK	Prof.Dr. Müge ELDEN	1923-1950 yılları arası Cumhuriyet Dönemi Türk reklamcılığı gazete reklamlarında kullanılan mesaj stratejileri <i>Turkish advertising in Republic Period between the years 1923-1950: message strategies used in the newspaper advertisements</i>	2009
İsmet İMRAK	Prof.Dr. Müge ELDEN	Reklam hukuku ve aldatıcı reklamlar <i>Advertising law and deceptive advertisement</i>	2009
Yasemin SEYMENOĞLU	Doç.Dr. F. Belma GÜNERİ FIRLAR	Televizyon reklamlarında iknanın belirleyicileri - animasyon karakter kullanımının tüketicilerin ikna sürecine etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma <i>Determinatives of persuasion in television advertisements - a research aimed at determinate animation character usage's effect on consumers' persuasion process</i>	2009
Eren BAŞ	Doç.Dr. F. Belma GÜNERİ FIRLAR	Mobil reklam ortamları "hedef kitlelere erişimde alternatif kullanım biçimleri" <i>Mobile advertising media "the alternative forms of use at reaching the target audience"</i>	2009
İrem Begüm TÜKEL	Doç.Dr. F. Belma GÜNERİ FIRLAR	Sosyal pazarlama ve reklam "dergi reklamlarına yönelik bir analiz" <i>Social marketing and social ads</i>	2008
İçten Duygu ÇALLI	Prof.Dr. Müge ELDEN	Bir sözsüz iletişim ögesi olarak renk ve renk kullanımının basılı reklam araçlarında <i>Colour as an element of nonverbal communication and the effects of usage of colour on consumer perception in print advertising media</i>	2007
Uğur BAKIR	Prof.Dr. Müge ELDEN	Televizyon reklamlarında ikna unsuru olarak mizah <i>Humor in television advertisements as a persuasion tool</i>	2006

E. Özen OKAT ÖZDEM	Doç.Dr. F. Belma GÜNERİ FİRLAR	Açık hava reklam ortamlarında görsel tasarım <i>Visual design of outdoor advertisement mediums</i>	2006
Hakkı Koray KUTLU	Doç.Dr. F. Belma GÜNERİ FİRLAR	İnternet sayfa tasarımının kullanıcılar üzerindeki etkisi <i>The effects of WEB page design on the users</i>	2006
Nihan AYTEKİN	Yrd.Doç.Dr. Işıl KARPAT AKTUĞLU	Farklı kültürel geleneklere sahip firmaların uyguladıkları reklam ve tanıtım stratejileri üzerine bir inceleme <i>An analysis on the advertising and promotinal strategies of the firms from different culturel traditions</i>	2005
Ebru AKÖZEK	Yrd.Doç.Dr. Işıl KARPAT AKTUĞLU	Yeni ürün geliştirme sürecinde markalaşma çalışmaları ve reklamın etkisi "Pınar Hindi'nin markalaşma çalışmalarının incelenmesi" <i>The effect of branding and advertisement for new product development, an evolution of Pınar Hindi branding process</i>	2005
Yasemin Alev ERDEM	Yrd.Doç.Dr. Işıl KARPAT AKTUĞLU	Reklamda "tüketim ve bastırılmış güdü etkileşimi"nin kullanımı" bastırılmış cinsellik" güdüsü üzerinden bir inceleme <i>Commercial usage of interaction between consumption and suppressed motives-a study about "suppressed sexual motives"</i>	2004
Rengin ŞAHİN	Yrd.Doç.Dr. F.Belma GÜNERİ FİRLAR	Sanal ortamda halkla ilişkiler süreci <i>The public relations process on the internet</i>	2002
Özkan ULUKÖK	Prof.Dr. Müge ELDEN	Reklam mesajlarının hedef kitleye ve medyaya yönelik olarak farklılaştırılması ve dergi reklamcılığı örneği <i>Differantiation of advertising messages to target audience and medium and magazine advertising sample</i>	2002