MARMARA ÜNİVERSİTESİ

İletişim Fakültesi

MARMARA LİSANSÜSTÜ İLETİŞİM ÖĞRENCİLERİ KONGRESİ-III

2 Mayıs 2019 Perşembe

Kongre Programı

10:00 10:30 Kayıt

10:30 11:00 Açılış Konuşmaları

Doç. Dr. Hediyetullah Aydeniz
Kongre Koordinatörü

Prof. Dr. Mustafa Kurt
Kongre Başkanı-Dekan V.

1. HALKLA İLİŞKİLER, STRATEJİK İLETİŞİM ve MESLEKLEŞME

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu

11:00 - 12:00

Cittaslow (Sakin Şehir) Hareketinin Türkiye'deki Örneklerinin Halkla İlişkiler Bağlamında Analiz Edilmesi

Şeyma Saydam

Bir Kavram ve Mesleki Alan Olarak Türkiye'de Stratejik İletişim

Erman Işık

Türkiye'deki Gelişimlerine Bakarak Halkla İlişkiler Uzmanlığı ve İletişim Uzmanlığı Kavramlarının Değerlendirilmesi

Zübeyde Çavlı Fidan

Kurumsal İletişimin Stratejik Kullanımında Markaların Sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi

Başak Vardarlı

Çay, Kahve Arası 12.00 - 12.15

2. DİJİTALLEŞME, SOSYAL MEDYA ve İLETİŞİM

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Ali Murat Yel

12.15 - 13.15

Instagram'da Benliğin Sunumu ve Stalk Eylemi: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma

Ayten Bengisu Cansever

Sosyal Medyada Flaneur Kavramı Üzerine, Pelin Tekin

Yeni Medya Ortamlarında Mahrem Alan: Black Mirror Dizisinin "The National Anthem" Bölümünün İncelenmesi

Cem Anılan - Rojda Dilan Özcan

Dijitalleşme ve Okuma Kültürü Etkileşimi Bağlamında Türkiye'de Kitap Yayıncılığı

İbrahim Şamil Köroğlu

Yemek Arası 13.15 - 14.30

3. DİJİTALLEŞME, YENİ MEDYA ve REKLAM

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Nurhan Tosun

14.30 - 15.30

Yeni Medya ve Değişen Reklam Algısı: Instagram Örneği Üzerinden E-Ticaret İncelenmesi

Zeynep Bayram

Doğal Reklamcılık ve Reklam Etiği: Doğal Reklamcılığın Reklam Etiği Unsurları Açısından İncelenmesi

Buse Birdal

Reklamlarda Cinsiyet Rollerinin Yıkımı: Femvertising

Sevda Kutlu

Çay, Kahve Arası 15.30 - 15.45

4. REKLAM, İKNA, ETKİ ve TÜKETİM

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Cengiz Anık

15.45 - 16.45

Glokal Reklamlarda Kullanılan Retorik Öğelerin İzleyici Algısı Bağlamında Değerlendirilmesi: Netflix Örneği

Onur Konya

Reklamlarda Milliyetçi Öge Kullanımının Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi

Ahmet Emre Şahinkaya

Youtube Videolarında Ürün Yerleştirme Reklamlarının Tüketiciyi İkna Üzerindeki Etkisi

Elif Bengü Vayvaylı

Çay, Kahve Arası 16.45 - 17.00

5. PAZARLAMA ULUS MARKALAMA ve SİYASAL İLETİŞİM

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Alparslan Nas

17.00 - 18.00

Pazarlamada Yeni Trend: Retro Pazarlamanın Geleceği Üzerine Bir İnceleme

Mehmet Önel

Haber Ajanslarının İnfografik Üretim Pratiği Üzerine Bir İnceleme: Anadolu Ajansı Örneği

Ümare Altun

Ulus Markalama Çalışması Kapsamında Sosyal Medyada Yürütülen "Turkey Home" Kampanyasında Kullanılan Retorik Yöntemlerin İncelenmesi

Serhat Şahintürk

Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Diyalojik İletişim: 31 Mart 2019 Seçim Süreci Üzerine Bir Araştırma

Büşra Gizem Orak

DEĞERLENDİRME VE KAPANIŞ

18:00 - 18:30

http://mmm.marmara.edu.tr/kongre/kongre-2019

turcomdergi

marmaramedyamerkezi

MarmaraMM