

Arş.Gör.Dr. KAMİLE ELMASOĞLU

Kişisel Bilgiler

E-posta: kamile.elmasoglu@hbv.edu.tr

Web: <https://avesis.hacibayram.edu.tr/kamile.elmasoglu>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0003-3811-3038

Yoksis Araştırmacı ID: 50869

Eğitim Bilgileri

Doktora, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı, Türkiye 2013 - 2020

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (YI) (Tezli), Türkiye 2011 - 2013

Lisans, Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, Türkiye 2008 - 2011

Lisans, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, İktisadi Ve İdari Programlar Bölümü, Türkiye 2004 - 2008

Ön Lisans, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, İktisadi Ve İdari Programlar Bölümü, Türkiye 2005 - 2007

Yabancı Diller

İngilizce, B1 Orta

Yaptığı Tezler

Doktora, Reklam Filmlerinde Hipergerçeklik Aracı Olarak Popüler Sanat İmgeleri Kullanımı, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı, 2020

Yüksek Lisans, Duyusal markalamanın marka sadakati oluşumuna yansımaları, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Ve Tanıtım (YI) (Tezli), 2013

Akademik Unvanlar / Görevler

Araştırma Görevlisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2012 - Devam Ediyor

Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2011 - 2012

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- The Mediating Effect of Blockchain Technology on the Cryptocurrency Purchase Intention**
EFENDİOĞLU İ. H., AKEL G., DEĞİRMENCİ B., AYDOĞDU D., ELMASOĞLU K., BUMİN DOYDUK H. B., ŞEKER A., BAHÇE H.
Social Sciences Research Journal, cilt.12, sa.13, ss.1536-1559, 2023 (Hakemli Dergi)
- İnternet Alışverişlerinde Organik Gıda Satın Alma Niyetinin Planlı Davranış Teorisi Açısından İncelenmesi**

EFENDİOĞLU İ. H., AKEL G., ELMASOĞLU K., AYDOĞDU D., KOÇ O.

Alanya Akademik Bakış, cilt.7, sa.3, ss.1241-1266, 2023 (Hakemli Dergi)

- III. **Çevrimiçi Oyunlarda Eşitlik Arayışı: Minecraft YouTube Dizi İçeriğinde Fakir Köylü Kötü Kalpli Zengine Karşı**
SEZGİN A. A., ELMASOĞLU K.
İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.368-386, 2021 (Hakemli Dergi)
- IV. **Social Media Aspect of Corporate Profiles of Universities: The Divide Between Public and Private Universities**
Sezgin A. A., Karabacak Z. I., ELMASOĞLU K., TÜRKOĞLU E.
YÜKSEKÖĞRETİM DERGİSİ, cilt.9, sa.3, ss.303-314, 2019 (ESCI)
- V. **Üniversitelerin Kurumsal Profillerinin Sosyal Medya Boyutu: Devlet ve Vakıf Üniversitesi Ayrımı**
SEZGİN A. A., KARABACAK Z. İ., ELMASOĞLU K., TÜRKOĞLU E.
Yükseköğretim Dergisi, cilt.9, sa.3, ss.303-314, 2019 (Hakemli Dergi)
- VI. **MARKA RİTÜELLERİNİN MARKA İMAJINA YANSIMALARI: AYASOFYA HÜRREM SULTAN HAMAMI**
ELMASOĞLU K., ERTÜRK H. A.
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.7, sa.1, ss.205-238, 2019 (Hakemli Dergi)
- VII. **Tüketim, Hayat Tarzı ve Moda: "Paris Pahasına" Filmi Üzerine Bir Tahlil**
ELMASOĞLU K., ERTÜRK H. A.
Harsiyat, cilt.2, sa.3, ss.31-51, 2018 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Sanal Marka Topluluklarının Markalama Çerçevesinde Kullanımı: PlayStation Türkiye Forumu Örneği**
ELMASOĞLU K.
Akdeniz İletişim Dergisi, sa.28, ss.224-240, 2017 (Hakemli Dergi)
- IX. **Tüketim kültüründe etkili bir araç olarak reklamın işlevlerine dair genel bir değerlendirme**
ELMASOĞLU K.
Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, cilt.2, sa.4, ss.27-42, 2017 (Hakemli Dergi)
- X. **Marka Kimlik Ögesi Olarak Logoların Marka İletişimi Açısından İncelenmesi: Google Doodles Örneği**
ELMASOĞLU K.
Erciyes İletişim Dergisi Academia, cilt.4, sa.4, ss.82-102, 2016 (Hakemli Dergi)
- XI. **Sosyal Medya ve Marka İletişimi: Havayolu Şirketlerinin Twitter Kullanımına Yönelik Bir Araştırma**
ÖZGEN Ö., ELMASOĞLU K.
İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, sa.42, ss.181-202, 2016 (Hakemli Dergi)
- XII. **Duyusal Markalamanın Marka Sadakati Üzerindeki Rolü**
TOSUN N. Z., ELMASOĞLU K.
Maltepe İletişim Fakültesi Dergisi, cilt.2, sa.1, ss.91-111, 2015 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Halkla İlişkiler Alanında Cinsiyet Ayrımcılığına İlişkin Öğrencilerin Tutumları**
ELMASOĞLU K.
KTÜ İletişim Araştırmaları Dergisi, cilt.2015, sa.9, ss.58-77, 2015 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Pazarlamanın Yeni Kuralları, Gerilla Pazarlama ve Halkla İlişkiler**
ELMASOĞLU K.
Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Mehmet Akif ÖZER, Editör, Ekin Yayınevi, ss.353-380, 2023
- II. **YAŞLILIK ve AFET İLETİŞİMİ: YAŞLI AFETZEDELERE YÖNELİK İLETİŞİM STRATEJİLERİ**
ELMASOĞLU K.
A'DAN Z'YE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI-10, FİLİZ BALTA PELTEKOĞLU ve HASAN ÇİFTÇİ, Editör, İKSAD YAYINEVİ, ss.259-284, 2023
- III. **Kadın Çalışanlara Yönelik Ücret Ayrımcılığı Nedenleri: Türkiye - Fransa Karşılaştırması**
ELMASOĞLU K.
İş Hayatında Kadın Çalışanlar Türkiye - Avrupa Ülkeleri Karşılaştırmaları, Çağla DEMİR, Nurcan ÇETİNER, Editör,

Eğitim Yayınevi, ss.9-32, 2023

- IV. **Yaşlanma ve Medya: Yaşlıların Medyada Temsili**
ELMASOĞLU K.
Yaşlanma Sosyolojisi, KADİR CANATAN, MÜŞERREF KÜÇÜK, Editör, DBY Yayınları, ss.333-362, 2023
- V. **İnsan Hakları Çerçevesinde Kadın Odaklı Sivil Toplum Kuruluşları: Kadının İnsan Hakları - Yeni Çözümler Derneği'ne (KİH-YÇ) Yönelik Bir İnceleme**
ELMASOĞLU K.
Disiplinlerarası Yaklaşımlarla Kadın Çalışmaları 2, İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Editör, Efe Akademi Yayınları, İstanbul, ss.171-194, 2023
- VI. **Dijital Siyasal Reklamların Aristoteles'in Üç İkna Kanıtı Çerçevesinde İncelenmesi**
ELMASOĞLU K.
E-Politika, Ayşe Aslı SEZGİN ve Tuğba YOLCU, Editör, Siyasal Kitabevi, ss.185-212, 2022
- VII. **Dijital Reklam Yöntemleri İle Dijital İnsan Kaynakları Pazarlaması Süreci**
ELMASOĞLU K.
Dijital İnsan Kaynakları Pazarlaması, Çağla DEMİR, Bora GÖKTAŞ, Editör, Efe Akademi Yayınları, ss.363-379, 2022
- VIII. **Reklam Filmlerinde Bir Somatik İmleç Olarak Çekicilik Türlerinin Kullanımı**
ELMASOĞLU K.
Sosyal Bilimlerde Güncel Tartışmalar 10, Zeynel KARACAGİL, Editör, Bilgin Kültür Sanat Yayınları, ss.263-277, 2022
- IX. **Dijital Açık hava Reklam Mecrasının Gelişmesine Olanak Sağlayan Özellikler**
ELMASOĞLU K.
Current Debates on Social Sciences 8, Zeynel KARACAGİL, Editör, Bilgin Kültür Sanat Yayınları, ss.376-392, 2022
- X. **Reklamlarda Hipergerçeklik ve Sanat**
ELMASOĞLU K.
Gece Kitaplığı, Ankara, 2021
- XI. **Influences of Modernolatry and Cultural Despair on Blogosphere**
SEZGİN A. A., ELMASOĞLU K.
Innovative Approaches in Social, Human and Administrative Sciences, H. Hale Künüçen, Xatire Qualiyeve, Yılmaz Seçgin, Editör, EKİN Publishing House, ss.78-98, 2019
- XII. **A Film Analysis Related to Globalization and Capitalist Consumer Culture and Its Reflections on Advertising Industry**
ÖZGEN Ö., ELMASOĞLU K.
Handbook of Research on Consumption, Media, and Popular Culture in the Global Age, Özlen ÖZGEN, Editör, IGI Global, ss.212-229, 2019
- XIII. **Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği**
AYAZ B., NARİN F. B., KOÇAK KURT Ş., TERZİ Ü., ELMASOĞLU K., DÖNMEZ İ. H., ÜNAL S., SÖNMEZ B., SAYGIN A. U., FIRAT F., et al.
Ütopya, Ankara, 2017
- XIV. **Analysis of "Truman Show" Movie from the Perspective of Simulation Theory**
ELMASOĞLU K.
Communication and Media Researches, Hasan Arslan, Mehmet Ali İçbay, Christian Ruggiero, Editör, Bialystok: E-Bwn, ss.233-240, 2017
- XV. **Algılanan Etkileşim Ölçümleri: Etkileşim Algılamalarını Biçimlendirmede İletişimin Yönü, Kullanıcı Kontrolü ve Zaman Keşfi**
ELMASOĞLU K.
Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi, Himmet Hülür, Cem Yaşın, Editör, Ütopya Yayınevi, Ankara, ss.373-395, 2016
- XVI. **Algılanan Etkileşimlilik Ölçümleri- Etkileşimlilik Algılamalarını Biçimlendirmede İletişimin Yönü, Kullanıcı Kontrolü ve Zaman Keşfi**
ELMASOĞLU K.
Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi, Himmet Hülür, Cem Yaşın, Editör, Ütopya Yayınevi, ss.373-395, 2016
- XVII. **Politik Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya: Siyasilerin Gezi Parkı Olayları Esnasında Twitter Kullanım Pratikleri Üzerine Bir İnceleme**

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Yaşlı Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarına Yönelik Bir Değerlendirme**
ELMASOĞLU K.
12. Ulusal Yaşlılık Kongresi, 26 - 28 Ekim 2023
- II. **Usage of Attraction Types as a Somatic Cursor in Advertisement**
ELMASOĞLU K.
5 International Congress of Human Studies, 10 - 11 Aralık 2022, ss.106
- III. **Characteristics that Facilitate the Development of Digital Outdoor Advertising Channels**
ELMASOĞLU K.
4th International Congress on Multidisciplinary Social Sciences, 10 - 11 Mayıs 2022, ss.79
- IV. **Yeni Yıl ve Hediyeleşme: 1-10 Aralık Tarihleri Arasında Hürriyet ve Sabah Gazetelerinde Yayınlanan Reklamların Analizi**
ELMASOĞLU K.
International Aegean Scientific Research Symposium, 25 - 26 Aralık 2021, ss.194-202
- V. **Basılı Reklam Üretiminde Yaratıcı Strateji Oluşturma**
ELMASOĞLU K.
4th International Congress of Human Studies, 10 Aralık 2021, ss.240-252
- VI. **Tüketim Kalıplarının Genç Gruplar Üzerindeki Etkisi**
ELMASOĞLU K., HÜLÜR H.
International CEO (Communication, Economics, Organization) Social Sciences Congress, GORAJDE, Bosna-Hersek, 18 Aralık 2020
- VII. **Tüketim Kalıplarının Kimlik Oluşumunda Rolü**
HÜLÜR H., ELMASOĞLU K.
International CEO (Communication, Economics, Organization) Social Sciences Congress, GORAJDE, Bosna-Hersek, 18 Aralık 2020
- VIII. **Bourdieu Sosyolojisinde Bir Simgesel Şiddet Aracı Olarak Televizyon**
ELMASOĞLU K.
IX. Ulusal Sosyoloji Kongresi, 19 Eylül 2019
- IX. **Geleneksel Ve Popülerin Ötesinde Yeni Bir Okuryazarlık: Oyun Okuryazarlığı**
SEZGİN A. A., ELMASOĞLU K.
I. Uluslararası Oyun Kongresi, Gaziantep, Türkiye, 30 Ekim - 02 Kasım 2019, ss.102-113
- X. **Dijital Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet: 8 Mart Dünya Kadınlar Günü Temasına İlişkin Bir İnceleme**
ELMASOĞLU K., ÖZGEN Ö.
6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu, 2 - 03 Mayıs 2019, ss.218-234
- XI. **İnternetin Bilinçli, Etkin ve Güvenli Kullanımı Eğitim Programı**
GÜLTEKİN G. G., ELMASOĞLU K.
Yeni Medya Çalışmaları IV. Ulusal Kongre "Yeni Eşitsizlikler", İzmir, Türkiye, 4 - 05 Ekim 2019, ss.84-99
- XII. **İlkokul Öğrencilerinin İnternet Kullanma Alışkanlıkları: Ankara Pınar Eğitim Kurumları Örneği**
GÜLTEKİN G. G., ELMASOĞLU K., YILMAZER E. B.
Atlas I. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Nevşehir, Türkiye, 19 - 21 Ekim 2018, ss.74-88
- XIII. **Tüketim, Yaşam Tarzı ve Moda: "Paris Pahasına" Filmi Üzerine Bir Analiz**
ELMASOĞLU K., ERTÜRK H. A.
El-Ruha 2. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Şanlıurfa, Türkiye, 9 - 11 Şubat 2018
- XIV. **Almanya'da Yaşayan Türklerin Sorunları: Genel Bir Değerlendirme**
ERTÜRK H. A., ELMASOĞLU K.
El-Ruha 2. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 9 - 11 Şubat 2018

- XV. **Targeted Advertising and the Deception of Users**
AYAZ B., ELMASOĞLU K.
13th Conference of the European Sociological Association, Atina, Yunanistan, 29 Ağustos - 01 Eylül 2017, ss.933
- XVI. **Targeted Advertising and Deception of Users**
KAYIHAN B., ELMASOĞLU K.
13th Conference of the European Sociological Association, 29 Ağustos - 01 Eylül 2017
- XVII. **Examination of Brand Rituals in terms of Brand Image: Example of Turkish Bath**
ELMASOĞLU K., ERTÜRK H. A.
3rd International Conference on the Changing World and Social Research ICWSR, Roma, İtalya, 8 - 10 Ağustos 2017
- XVIII. **Suç Olgusunun Televizyon Haberlerindeki Sunum Biçimleri Üzerine Bir İnceleme**
ERTÜRK H. A., ELMASOĞLU K.
2nd International Scientific Researches Congress on Humanities and Social Science, 20 - 23 Nisan 2017
- XIX. **Küreselleşme Sürecinin Kadınların Ekonomik ve Toplumsal Durumları Üzerindeki Yansımalarına ilişkin Bir Değerlendirme**
ELMASOĞLU K.
VIII. Ulusal Sosyoloji Kongresi, Ankara, Türkiye, 1 - 03 Aralık 2016, ss.278-282
- XX. **An Assesment for Consumption Frenzy with the Film Confessions of a Shopaholic**
ELMASOĞLU K.
3rd International Conference on Science, Engineering Technology -ICSET, Berlin, Almanya, 3 - 04 Mart 2017, ss.52-54
- XXI. **Analysis of Truman Show Movie from the Perspective of Simulation Theory.**
ELMASOĞLU K.
XI. European Conference on Social and Behavioral Sciences, Roma, İtalya, 1 - 04 Eylül 2016
- XXII. **The Use of Virtual Brand Communities in Branding**
ELMASOĞLU K.
IX. European Conference on Social and Behavioral Sciences, Paris, Fransa, 3 - 06 Şubat 2016
- XXIII. **Televizyon Reklamlarında Kullanılan Marka Kimlik Öğelerinin Marka Farkındalığı Üzerindeki Rolü**
ELMASOĞLU K.
IV. Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi, Kütahya, Türkiye, 14 - 17 Mayıs 2015, cilt.5, ss.289-302
- XXIV. **Reklamda Sembolik Anlatım**
ELMASOĞLU K., ÇETİN S.
1. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu, 21 - 23 Kasım 2013, ss.219-224

Metrikler

Yayın: 54