

Asst. Prof. Bulut Dülek

Personal Information

Office Phone: [+90 444 5 065](tel:+904445065) Extension: 27770

Office Phone: [+90 432 444 5065](tel:+904324445065) Extension: 27770

Email: bulutdulek@yyu.edu.tr

Web: <https://avesis.yyu.edu.tr/bulutdulek>

Education Information

Doctorate, Inonu University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Turkey 2014 - 2019

Post Graduate, Inonu University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama , Turkey 2012 - 2014

Under Graduate, Ataturk University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 2005 - 2009

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, TÜKETİCİLERİN GSM OPERATÖRÜ MARKALARINA YÖNELİK KAÇINMA DAVRANIŞLARI: VAN ÖRNEĞİ, Van Yüzüncü Yil University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme/Üretim Yönetimi Ve Pazarlam, 2019

Post Graduate, TÜKETİCİ TEMELLİ MARKA DEĞERİ ALGILAMALARININ GSM OPERATÖRLERİ BAZINDA ANALİZİ: VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ, Inonu University, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İşletme/Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 2014

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Assistant Professor, Van Yüzüncü Yil University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2019 - Continues

Research Assistant, Van Yüzüncü Yil University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - 2019

Advising Theses

Dülek B., The impact of time management on employee productivity: A study at private universities in Erbil city-Iraq, Post Graduate, W.KHORSHEED(Student), 2020

Dülek B., Ağızdan ağıza pazarlamanın tüketici satın alma davranışlarına etkisi: Van ilinde bir uygulama, Post Graduate, N.ÇİÇEKSAĞ(Student), 2020

Dülek B., The impact of the application of total quality management on the satisfaction of workers: Case of private schools in Bursa, Post Graduate, J.MARASHI(Student), 2020

Articles Published in Other Journals

- I. **Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Tüketici Temelli Marka Değeri Boyutları Üzerine Etkisi**
Dülek B., Yaşar M. E.
Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.9, no.3, pp.799-807, 2021 (International Refereed University Journal)
- II. **Tüketicilerin Marka Kaçınması Davranışlarının Demografik Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi: Van İli Örneği**
Dülek B.
Journal of Emerging Economies and Policy, vol.6, no.1, pp.222-232, 2021 (Refereed Journals of Other Institutions)
- III. **MARKA BEĞENİLİRLİĞİ ALGILAMALARININ MARKA DEĞERİ ÜZERİNE ETKİSİ: : BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA**
Dülek B., Yaşar M. E.
JOURNAL OF SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES RESEARCH (JSHSR) Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi, vol.7, no.63, pp.3958-3965, 2020 (Refereed Journals of Other Institutions)
- IV. **THE IMPACT OF THE APPLICATION OF TOTAL QUALITY MANAGEMENT ON THE SATISFACTION OF WORKERS: CASE OF PRIVATE SCHOOLS IN BURSA**
Marashlı J., Dülek B.
Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.10, no.20, pp.396-413, 2020 (International Refereed University Journal)
- V. **EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON E-WOM, BRAND LOYALTY, AND PURCHASE INTENT**
Dülek B., Aydın İ.
BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ, vol.10, no.20, pp.271-288, 2020 (International Refereed University Journal)
- VI. **Happiness-Behavior Model: The Effect of Consumers' Mental Well-Being on Online Actual Purchasing Behavior**
Çelik Z., Dülek B.
Beykoz Akademi Dergisi, vol.8, no.1, pp.252-264, 2020 (International Refereed University Journal)
- VII. **THE EFFECT OF WORD OF MOUTH MARKETING ON CONSUMER PURCHASING BEHAVIORS: AN APPLICATION IN VAN**
Dülek B., Çiçeksay N.
Turkish Business Journal, vol.1, no.1, pp.51-77, 2020 (Refereed Journals of Other Institutions)
- VIII. **THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ADVERTISEMENT AWARENESS ON BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, BRAND ATTITUDE AND BRAND LOYALTY: A RESEARCH ON UNIVERSITY STUDENTS**
Dülek B., Saydan R.
INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, vol.9, pp.470-494, 2019 (Journal Indexed in ESCI)
- IX. **TÜKETİCİLERİN MARKA MEMNUNİYETİ İLE OLUMSUZ AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM VE ONLINE ŞİKÂYET DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİZİ**
Dülek B.
SOSYAL BİLİMLER AKADEMİ DERGİSİ, vol.2, pp.23-36, 2019 (Refereed Journals of Other Institutions)
- X. **TÜKETİCİLERİN GSM OPERATÖRÜ MARKALARINA YÖNELİK KAÇINMADAVRANIŞLARI**
Dülek B., Cömert Y.
Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), vol.6, no.1, pp.34-54, 2019 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XI. **TÜKETİM KARŞITI EYLEMLERİN PAZARLAMA FAALİYETLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**
Dülek B., CÖMERT Y.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, vol.3, no.6, pp.104-121, 2018 (International Refereed University Journal)
- XII. **Tüketici Temelli Marka Değeri Algılamalarının GSM Operatörleri Bazında Analizi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Örneği**

Gök A., Dülek B.

The Journal of Academic Social Science Studies, pp.89-107, 2015 (Refereed Journals of Other Institutions)

Books & Book Chapters

- I. **Dijitalleşme Temelinde Mobil Pazarlama Uygulamaları**
Dülek B.
in: DİJİTALLEŞEN DÜNYADA PAZARLAMA, Mehmet Sağlam, Editor, Nobel Yayınevi, Ankara, pp.49-68, 2021
- II. **Paylaşım Ekonomisi ve Değişen Tüketici Rollerini**
Dülek B.
in: İktisadi ve İdari Bilimlerde Teori ve Araştırmalar II, Mustafa Mete, Editor, Gece Kitaplığı, Ankara, pp.355-372, 2020
- III. **SATIŞ GELİŞTİRME**
Saydan R., Dülek B.
in: TÜM YÖNLERİYLE BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Aytuğ Mermer Üzümlü, Editor, Nobel Yayınevi, Ankara, pp.89-106, 2020
- IV. **MARKA FARKINDALIĞI VE MARKA TUTUMUNUN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ (BEYAZ EŞYA KULLANICISI KADIN TÜKETİCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA)**
Dülek B., Saydan R.
in: SOSYAL BİLİMLERDE GÜNCEL ARAŞTIRMALAR VE YAKLAŞIMLAR, BATAL S., Editor, Gece Kitaplığı, Ankara, pp.165-190, 2018

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL AGE**
Dülek B., Aydın İ.
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON CULTURE AND CIVILIZATION, Toskent, Uzbekistan, 15 - 16 March 2021, pp.60-68
- II. **Covid-19 Pandemisinin Pazarlama Faaliyetleri Üzerindeki Etkileri**
AYDIN İ., DÜLEK B.
AKDENİZ ZİRVE Sİ. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Girne, Cyprus (Kktc), 17 - 18 October 2020, pp.45-54
- III. **Telafi Paradoksu Kavramının Kuramsal Çerçevesinde İncelenmesi**
AYDIN İ., DÜLEK B.
AKDENİZ ZİRVE Sİ. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Girne, Cyprus (Kktc), 17 - 18 October 2020, pp.17
- IV. **ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİMİN MARKA FARKINDALIĞI, MARKA İMAJİ VE MARKA SADAKATI ÜZERİNE ETKİSİ**
Dülek B., SAYDAN R.
ISPEC 3. ULUSLARARASI SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER KONGRESİ, Van, Turkey, 20 - 22 December 2019, pp.887-897
- V. **GLOBAL MARKALAR BÜYÜK HATALAR**
Saydan R., Dülek B.
ISPEC 3. ULUSLARARASI SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER KONGRESİ, Van, Turkey, 20 - 22 December 2019, pp.261
- VI. **"SOSYAL SINIFLARIN SATINALMA TERCİHLERİ: MOBİL TELEFON PAZARINDA BİR UYGULAMA"**
Saydan R., Dülek B.
MIDDLE EAST INTERNATIONAL CONFERENCE ON CONTEMPORARY SCIENTIFIC STUDIES, Gaziantep, Turkey, 19 - 21 September 2019, pp.280-293
- VII. **ESNEK ÜRETİM SİSTEMLERİNİN PAZARLAMA FAALİYETLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Dülek B.

IV. ULUSLARARASI EL RUHA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Şanlıurfa, Turkey, 1 - 03 February 2019, pp.72

VIII. **TÜKETİCİ SATIN ALMA KARARLARINDA DENEYİMSEL PAZARLAMANNIN ÖNEMİ**

Dülek B.

IV. ULUSLARARASI EL RUHA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Şanlıurfa, Turkey, 1 - 03 February 2019, pp.71

IX. **MARKALARA YÖNELİK OLUMSUZ BİR TUTUM: MARKA KAÇINMASI**

Dülek B.

I. ULUSLARARASI BATTALGAZİ MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ, Malatya, Turkey, 7 - 09 December 2018, pp.32

X. **MARKA FARKINDALIĞI OLUŞUMUNDA TELEVİZYON REKLAMLARININ ÖNEMİ**

Dülek B.

I. ULUSLARARASI BATTALGAZİ MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ, Malatya, Turkey, 7 - 09 December 2018, pp.33

XI. **TÜKETİM EYLEMİNE FARKLI BİR BAKIŞ: TÜKETİM KARŞITLIĞI**

Dülek B.

İKSAD 2. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Gaziantep, Turkey, 22 - 25 November 2018, pp.107

Activities in Scientific Journals

SOSYAL BİLİMLER AKADEMİ DERGİSİ, Assistant Editor, 2019 - Continues