

Dr.Öğr.Üyesi Bulut Dülek

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 444 5 065](tel:+904445065) Dahili: 27770

İş Telefonu: [+90 432 444 5065](tel:+904324445065) Dahili: 27770

E-posta: bulutdulek@yyu.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: 2G0RiOIAAAAJ

ORCID: 0000-0002-3474-7220

Publons / Web Of Science ResearcherID: EUJ-5050-2022

Yoksis Araştırmacı ID: 17732

Eğitim Bilgileri

Doktora, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Türkiye 2014 - 2019

Yüksek Lisans, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama , Türkiye 2012 - 2014

Lisans, Atatürk Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2005 - 2009

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

Doktora, TÜKETİCİLERİN GSM OPERATÖRÜ MARKALARINA YÖNELİK KAÇINMA DAVRANIŞLARI: VAN ÖRNEĞİ, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme/Üretim Yönetimi Ve Pazarlam, 2019

Yüksek Lisans, TÜKETİCİ TEMELLİ MARKA DEĞERİ ALGILAMALARININ GSM OPERATÖRLERİ BAZINDA ANALİZİ: VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ, İnönü Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İşletme/Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 2014

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Dr.Öğr.Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2019 - Devam Ediyor

Araştırma Görevlisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - 2019

Yönetilen Tezler

Dülek B., Yaşam kalitesi algılamalarının değerlendirilmesi Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi ve Urmiye Üniversitesi akademik personeli üzerine karşılaştırmalı bir uygulama, Yüksek Lisans, N.Esmaeli(Öğrenci), 2022

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

Dülek B., Ağızdan ağıza pazarlamanın tüketici satın alma davranışlarına etkisi: Van ilinde bir uygulama, Yüksek Lisans, N.ÇİÇEKSAI(Öğrenci), 2020

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

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Metaverse: Bibliometric Analysis, A Conceptual Model Proposal, and A Marketing-Oriented Approach**
Çelik Z., Dülek B., Aydın İ., Saydan R.
BUSBED. BİNGÖL UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE, sa.24, ss.383-394, 2022 (Hakemli Dergi)
- II. **Covid-19 Korkusunun Online Alışveriş Tutumu ve Satın Alma Niyetine Etkisinde Ölüm Kaygısının Aracılık Rolü**
Dülek B.
Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies, cilt.9, sa.2, ss.141-157, 2022 (Hakemli Dergi)
- III. **TEKNOLOJİ KABUL MODELİ ÇERÇEVESİNDE TÜKETİCİLERİN KRIPTO PARA KULLANIM NİYETLERİNİN İNCELENMESİ**
Dülek B.
Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (Online), cilt.6, sa.1, ss.313-334, 2022 (Hakemli Dergi)
- IV. **Factors Affecting Positive Word-of-Mouth Communication Intention for Drone-Based Delivery Service in Retailing**
Dülek B., Çelik Z.
Akademik Yaklaşımlar Dergisi , cilt.13, sa.1, ss.40-55, 2022 (Hakemli Dergi)
- V. **HİZMET KALİTESİNİN MARKA SADAKATI ÜZERİNE ETKİSİNDE MARKA DENEYİMİNİN ARACILIK ROLÜ**
Dülek B.
Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sa.30, ss.139-154, 2022 (Hakemli Dergi)
- VI. **THE EFFECT OF WEBSITE APPEAL ON BEHAVIORAL INTENTION IN ONLINE SHOPPING AND THE MEDIATING ROLE OF EMOTIONAL APPEAL**
Dülek B.
KAFKAS ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ , cilt.13, sa.25, ss.74-88, 2022 (Hakemli Dergi)
- VII. **ONLINE ALIŞVERİŞTE MARKA İMAJININ ONLINE SATIN ALMA NİYETİ VE AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM DAVRANIŞI ÜZERİNE ETKİSİ: AMPRİK BİR ÇALIŞMA**
Saydan R., Dülek B.
Sosyal Bilimler Akademi Dergisi, cilt.5, sa.1, ss.70-82, 2022 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Investigation of Consumers' Intentions to Use Digital Currency for Shopping**
Çelik Z., Dülek B.
Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sa.12, ss.284-303, 2022 (Hakemli Dergi)
- IX. **Facebook'ta Verilen Reklamların, Reklam Güvenilirliği ve Bilgilendiriciliği Üzerindeki Etkisinin Araştırılması**
Kendir S. S., Aydın İ., Karataş İ. A., Dülek B.
İzmir İktisat Dergisi, cilt.37, sa.1, ss.156-173, 2022 (Hakemli Dergi)
- X. **THE EFFECTS OF GREEN ADS ON CUSTOMERS' PURCHASE DECISION: THE MODERATING ROLE OF GENERATIONS**
Ata S., Yaşar M. E., Dülek B.
INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL, HUMANITIES AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.7, sa.45, ss.2054-2062, 2021 (Hakemli Dergi)

- XI. **Tüketicilerin Marka Kaçınması Davranışlarının Demografik Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi: Van İli Örneği**
Dülek B.
Journal of Emerging Economies and Policy, cilt.6, sa.1, ss.222-232, 2021 (Hakemli Dergi)
- XII. **Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Tüketici Temelli Marka Değeri Boyutları Üzerine Etkisi**
Dülek B., Yaşar M. E.
Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.9, sa.3, ss.799-807, 2021 (Hakemli Dergi)
- XIII. **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, cilt.7, sa.63, ss.3958-3965, 2020 (Hakemli Dergi)
- XIV. **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, cilt.10, sa.20, ss.396-413, 2020 (Hakemli Dergi)
- XV. **EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON E-WOM, BRAND LOYALTY, AND PURCHASE INTENT**
Dülek B., Aydın İ.
BUSBED. BİNGÖL UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE, cilt.10, sa.20, ss.271-288, 2020 (Hakemli Dergi)
- XVI. **AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMANNIN TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARINA ETKİSİ: VAN İLİNDE BİR UYGULAMA**
Dülek B., Çiçeksay N.
Turkish Business Journal, cilt.1, sa.1, ss.51-77, 2020 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Mutluluk-Davranış Modeli: Tüketicilerin Mental İyi Oluş Hâlinin Online Fiili Satın Alma Davranışına Etkisi**
Çelik Z., Dülek B.
Beykoz Akademi Dergisi, cilt.8, sa.1, ss.252-264, 2020 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **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, cilt.9, ss.470-494, 2019 (ESCI)
- XIX. **TÜKETİCİLERİN MARKA MEMNUNİYETİ İLE OLUMSUZ AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM VE ONLİNE ŞİKÂYET DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİZİ**
Dülek B.
SOSYAL BİLİMLER AKADEMİ DERGİSİ, cilt.2, ss.23-36, 2019 (Hakemli Dergi)
- XX. **TÜKETİCİLERİN GSM OPERATÖRÜ MARKALARINA YÖNELİK KAÇINMADAVRANIŞLARI**
Dülek B., Cömert Y.
Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), cilt.6, sa.1, ss.34-54, 2019 (Hakemli Dergi)
- XXI. **TÜKETİM KARŞITI EYLEMLERİN PAZARLAMA FAALİYETLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**
Dülek B., CÖMERT Y.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, cilt.3, sa.6, ss.104-121, 2018 (Hakemli Dergi)
- XXII. **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, ss.89-107, 2015 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **INTERNATIONAL RESEARCH IN SOCIAL, HUMAN AND ADMINISTRATIVE SCIENCES VII**
Dülek B. (Editör)
Eğitim Kitabevi, Konya, 2022
- II. **Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar VII**
Dülek B. (Editör)
Eğitim Yayınevi, Konya, 2022
- III. **Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar XVI**
Dülek B. (Editör)
Eğitim Kitabevi, Konya, 2022
- IV. **İÇERİK PAZARLAMASI**
Dülek B.
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINDA MAKRO TRENDLER, Fatih ŞAHİN, Reyhan BAHAR, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.165-181, 2022
- V. **MOBİL CİHAZLAR VE SOSYAL MEDYA**
Dülek B., Ata S.
PAZARLAMADA DİJİTAL DÖNÜŞÜM, Mehmet ETLİOĞLU, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.145-169, 2022
- VI. **Pazarlama**
Dülek B.
GENEL İŞLETME, Abdulkadir Gümüş, K. Seçkin Karahan, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.143-164, 2021
- VII. **Bankacılık Sektöründe Pazarlama**
Dülek B.
Sektörlerde Stratejik Pazarlama, Fahri APAYDIN, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.49-74, 2021
- VIII. **Dijitalleşme Temelinde Mobil Pazarlama Uygulamaları**
Dülek B.
DİJİTALLEŞEN DÜNYADA PAZARLAMA, Mehmet Sağlam, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.49-68, 2021
- IX. **Paylaşım Ekonomisi ve Değişen Tüketici Roller**
Dülek B.
İktisadi ve İdari Bilimlerde Teori ve Araştırmalar II, Mustafa Mete, Editör, Gece Kitaplığı, Ankara, ss.355-372, 2020
- X. **SATIŞ GELİŞTİRME**
Saydan R., Dülek B.
TÜM YÖNLERİYLE BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Aytağ Mermer Üzümlü, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.89-106, 2020
- XI. **MARKA FARKINDALIĞI VE MARKA TUTUMUNUN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ (BEYAZ EŞYA KULLANICISI KADIN TÜKETİCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA)**
Dülek B., Saydan R.
SOSYAL BİLİMLERDE GÜNCEL ARAŞTIRMALAR VE YAKLAŞIMLAR, BATAL S., Editör, Gece Kitaplığı, Ankara, ss.165-190, 2018

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Banka Yöneticilerinin Paternalist Liderlik Algılarının Demografik Değişkenler Açısından Analizi**
Çoban M. S., Dülek B., Gümüş A.
7. ANKARA ULUSLARARASI BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR KONGRESİ, Ankara, Türkiye, 2 - 04 Aralık 2022, ss.2075-2087
- II. **DİJİTAL ÇAĞDA MARKA YÖNETİMİ**
Dülek B., Aydın İ.
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON CULTURE AND CIVILIZATION, Toskent, Özbekistan, 15 - 16 Mart 2021, ss.60-68

- III. **Covid-19 Pandemisinin Pazarlama Faaliyetleri Üzerindeki Etkileri**
Aydın İ., Dülek B.
AKDENİZ ZİRVESİ 3. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Girne, Kıbrıs (Kkct), 17 - 18 Ekim 2020, ss.45-54
- IV. **Telafi Paradoksu Kavramının Kuramsal Çerçeve İncelenmesi**
AYDIN İ., DÜLEK B.
AKDENİZ ZİRVESİ 3. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Girne, Kıbrıs (Kkct), 17 - 18 Ekim 2020, ss.17
- V. **GLOBAL MARKALAR BÜYÜK HATALAR**
Saydan R., Dülek B.
ISPEC 3. ULUSLARARASI SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER KONGRESİ, Van, Türkiye, 20 - 22 Aralık 2019, ss.261
- VI. **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, Türkiye, 20 - 22 Aralık 2019, ss.887-897
- VII. **"SOSYAL SINIFLARIN SATINALMA TERCİHLERİ: MOBİL TELEFON PAZARINDA BİR UYGULAMA"**
Saydan R., Dülek B.
MIDDLE EAST INTERNATIONAL CONFERENCE ON CONTEMPORARY SCIENTIFIC STUDIES, Gaziantep, Türkiye, 19 - 21 Eylül 2019, ss.280-293
- VIII. **ESNEK ÜRETİM SİSTEMLERİNİN PAZARLAMA FAALİYETLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**
Dülek B.
IV. ULUSLARARASI EL RUHA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Şanlıurfa, Türkiye, 1 - 03 Şubat 2019, ss.72
- IX. **TÜKETİCİ SATIN ALMA KARARLARINDA DENEYİMSEL PAZARLAMANIN ÖNEMİ**
Dülek B.
IV. ULUSLARARASI EL RUHA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Şanlıurfa, Türkiye, 1 - 03 Şubat 2019, ss.71
- X. **MARKALARA YÖNELİK OLUMSUZ BİR TUTUM: MARKA KAÇINMASI**
Dülek B.
I. ULUSLARARASI BATTALGAZİ MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ, Malatya, Türkiye, 7 - 09 Aralık 2018, ss.32
- XI. **MARKA FARKINDALIĞI OLUŞUMUNDA TELEVİZYON REKLAMLARININ ÖNEMİ**
Dülek B.
I. ULUSLARARASI BATTALGAZİ MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ, Malatya, Türkiye, 7 - 09 Aralık 2018, ss.33
- XII. **TÜKETİM EYLEMİNE FARKLI BİR BAKIŞ: TÜKETİM KARŞITLIĞI**
Dülek B.
İKSAD 2. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Gaziantep, Türkiye, 22 - 25 Kasım 2018, ss.107

Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler

SOSYAL BİLİMLER AKADEMİ DERGİSİ, Yardımcı Editör/Bölüm Editörü, 2019 - Devam Ediyor

Metrikler

Yayın: 45

Atf (Scopus): 3

H-İndeks (Scopus): 1