

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>

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., 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.ÇİÇEKSAĞ(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. **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 Üniversite Dergisi)
- II. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.7, sa.63, ss.3958-3965, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.10, sa.20, ss.396-413, 2020 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- V. **EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON E-WOM, BRAND LOYALTY, AND PURCHASE INTENT**
Dülek B., Aydın İ.
BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ, cilt.10, sa.20, ss.271-288, 2020 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- VI. **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 Üniversite Dergisi)
- VII. **AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMANIN TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARINA ETKİSİ: VAN İLİNDE BİR UYGULAMA**
Dülek B., Çiçeksay N.
Turkish Business Journal, cilt.1, sa.1, ss.51-77, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.9, ss.470-494, 2019 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- IX. **TÜKETİCİLERİN MARKA MEMNUNİYETİ İLE OLUMSUZ AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM VE ONLINE ŞİKÂYET DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİZİ**
Dülek B.
SOSYAL BİLİMLER AKADEMİ DERGİSİ, cilt.2, ss.23-36, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- X. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XI. **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 Üniversite Dergisi)
- XII. **Tüketici Temelli Marka Değeri Algılamalarının GSM Operatörleri Bazında Analizi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Örneği**

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Dijitalleşme Temelinde Mobil Pazarlama Uygulamaları**
Dülek B.
DİJİTALLEŞEN DÜNYADA PAZARLAMA, Mehmet Sağlam, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.49-68, 2021
- II. **Paylaşım Ekonomisi ve Değişen Tüketici Rollerini**
Dülek B.
İktisadi ve İdari Bilimlerde Teori ve Araştırmalar II, Mustafa Mete, Editör, Gece Kitaplığı, Ankara, ss.355-372, 2020
- III. **SATIŞ GELİŞTİRME**
Saydan R., Dülek B.
TÜM YÖNLERİYLE BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Aytuğ Mermer Üzümlü, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.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.
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. **DİJİTAL ÇAĞDA MARKA YÖNETİMİ**
Dülek B., Aydın İ.
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON CULTURE AND CIVILIZATION, Toskent, Özbekistan, 15 - 16 Mart 2021, ss.60-68
- II. **Covid-19 Pandemisinin Pazarlama Faaliyetleri Üzerindeki Etkileri**
AYDIN İ., DÜLEK B.
AKDENİZ ZİRVESİ 3. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Girne, Kıbrıs (Kktc), 17 - 18 Ekim 2020, ss.45-54
- III. **Telafi Paradoksu Kavramının Kuramsal Çerçeve İncelenmesi**
AYDIN İ., DÜLEK B.
AKDENİZ ZİRVESİ 3. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Girne, Kıbrıs (Kktc), 17 - 18 Ekim 2020, ss.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, Türkiye, 20 - 22 Aralık 2019, ss.887-897
- 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. **"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
- VII. **ESNEK ÜRETİM SİSTEMLERİNİN PAZARLAMA FAALİYETLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**
Dülek B.
IV. ULUSLARARASI EL RUHA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Şanlıurfa, Türkiye, 1 - 03 Şubat 2019, ss.72
- VIII. **TÜKETİCİ SATIN ALMA KARARLARINDA DENEYİMSEL PAZARLAMANNIN ÖNEMİ**

Dülek B.

IV. ULUSLARARASI EL RUHA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Şanlıurfa, Türkiye, 1 - 03 Şubat 2019, ss.71

IX. MARKALARA YÖNELİK OLUMSUZ BİR TUTUM: MARKA KAÇINMASI

Dülek B.

I. ULUSLARARASI BATTALGAZİ MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ, Malatya, Türkiye, 7 - 09 Aralık 2018, ss.32

X. MARKA FARKINDALIĞI OLUŞUMUNDA TELEVİZYON REKLAMLARININ ÖNEMİ

Dülek B.

I. ULUSLARARASI BATTALGAZİ MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ, Malatya, Türkiye, 7 - 09 Aralık 2018, ss.33

XI. 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, 2019 - Devam Ediyor