

## 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](mailto:bulutdulek@yyu.edu.tr)

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

### Eğitim Bilgileri

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

Yüksek Lisans, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 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, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme/Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 2014

### Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

### Akademik Unvanlar / Görevler

Araştırma Görevlisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2013 - Devam Ediyor

### Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

#### I. 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 (JHSR) Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi, cilt.7, sa.63, ss.3958-3965, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

#### II. 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)

- III. **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)
- IV. **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)
- V. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VI. **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)
- VII. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VIII. **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)
- IX. **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)
- X. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

## Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **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
- II. **SATIŞ GELİŞTİRME**  
Saydan R., Dülek B.  
TÜM YÖNLERİYLE BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Aytuğ Mermer Üzümlü, Editör, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, ss.89-106, 2020
- III. **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-

## Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **COVID-19 PANDEMİSİNİN PAZARLAMA FAALİYETLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**  
Aydın İ., Dülek B.  
AKDENİZ ZİRVESİ 3. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Girne, Kıbrıs (Kkct), 17 - 18 Ekim 2020, ss.39-49
- II. **TELAFİ PARADOKSU KAVRAMININ KURAMSAL ÇERÇEVDE İNCELENMESİ**  
Aydın İ., Dülek B.  
AKDENİZ ZİRVESİ 3. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Girne, Kıbrıs (Kkct), 17 - 18 Ekim 2020, ss.17
- III. **ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİMİN MARKA FARKINDALIĞI, MARKA İMAJI 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
- IV. **GLOBAL MARKALAR BÜYÜK HATALAR**  
Saydan R., Dülek B.  
ISPEC 3. ULUSLARARASI SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER KONGRESİ, Van, Türkiye, 20 - 22 Aralık 2019, ss.261
- V. **"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
- VI. **TÜKETİCİ SATIN ALMA KARARLARINDA DENEYİMSEL PAZARLAMANNIN ÖNEMİ**  
Dülek B.  
IV. ULUSLARARASI EL RUHA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Şanlıurfa, Türkiye, 1 - 03 Şubat 2019, ss.71
- 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. **MARKA FARKINDALIĞI OLUŞUMUNDA TELEVİZYON REKLAMLARININ ÖNEMİ**  
Dülek B.  
I. ULUSLARARASI BATTALGAZİ MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ, Malatya, Türkiye, 7 - 09 Aralık 2018, ss.33
- 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. **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