

## Dr. Öğr. Üyesi NİLAY AKGÜN AKAN

### Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 352 207 6666](tel:+903522076666) Dahili: 36112

E-posta: [nilayakan@erciyes.edu.tr](mailto:nilayakan@erciyes.edu.tr)

Web: <https://avesis.erciyes.edu.tr/nilayakan/>

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-5706-7498

Yoksis Araştırmacı ID: 116219

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla ilişkiler ve Tanıtım, Türkiye 2013 - 2020

Yüksek Lisans, Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım, Türkiye 2009 - 2012

Lisans, Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım, Türkiye 1999 - 2003

### Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

### Yaptığı Tezler

Doktora, Reklamın Değişen Yüzünde Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık: İnternet Kullanıcıları Perspektifinden Bir Araştırma, Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla ilişkiler ve Tanıtım, 2020

Yüksek Lisans, Reklamda çocuk: Çocuğa yönelik olan ve olmayan ürünlerin tanıtıldığı gazete reklamlarında yer alan çocuğun temsil edilme biçimleri, Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım, 2012

### Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, Kitle İletişimi ve Araçları

### Akademik Unvanlar / Görevler

Araştırma Görevlisi Dr., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla ilişkiler ve Tanıtım, 2013 - Devam Ediyor

### Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- Podcast Reklamları Üzerine Bir İnceleme: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Örneği**  
AKGÜN AKAN N.  
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, sa.47, ss.22-39, 2024 (Hakemli Dergi)
- YENİ REKLAM ÇAĞI: METAVERSE BAĞLAMINDA REKLAM AJANLARININ İNCELENMESİ**  
AKAN N. A., EKİNCİ B.

İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.9, sa.2, ss.325-346, 2024 (Hakemli Dergi)

- III. **Türkiye’deki Covid-19 Reklamları: Bilgilendirici ve Dönüşümsel Mesaj Stratejilerinin Kullanımı**  
Akgün Akan N.  
Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi/26306220, cilt.0, sa.38, ss.55-72, 2021 (ESCI)
- IV. **Reklamın Değişen Yüzünde Çevrim İçi Davranışsal Reklamcılık: İnternet Kullanıcıları Perspektifinden Bir Araştırma**  
AKGÜN AKAN N., TANYERİ MAZICI E.  
Erciyes İletişim Dergisi, cilt.7, sa.2, ss.1453-1479, 2020 (Hakemli Dergi)
- V. **Dijital Dönüşümün İletişim Alanındaki Araştırmalara Yansımaları: Doktora Tezleri Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz**  
AKGÜN AKAN N.  
Social Sciences Studies Journal, cilt.6, sa.65, ss.2766-2777, 2020 (Hakemli Dergi)
- VI. **DIJİTAL REKLAMCILIK BAĞLAMINDA ÇEVİRİMİÇİ DAVRANIŞSAL REKLAMCILIK VE ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN ÇEVİRİMİÇİ REKLAM ALGISI.**  
Akdağ M., Akgün Akan N.  
Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, cilt.4, sa.11, ss.1-10, 2017 (Hakemli Dergi)

## Kitaplar

- I. **KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ REKLAM UYGULAMALARINDA YENİ DÖNEM: ÇEREZSİZ DÜNYADA YAPAY ZEKANIN KULLANIMI**  
AKGÜN AKAN N.  
YAPAY ZEKA DESTEKLİ REKLAMCILIK: STRATEJİ, YARATICILIK VE MEDYA PLANLAMA, AKCAN BURÇE, GENÇYÜREK ERDOĞAN MERVE, Editör, Eğitim Yayınevi, İstanbul, ss.158-176, 2024
- II. **Advertisement Reflections of Animated Movies Released in Turkey Between 2012-2021**  
ÇİLİNGİR A., AKGÜN AKAN N.  
CINEMA STUDIES DIFFERENT PERSPECTIVES, Burak Türten, Editör, University of South Florida M3 Center Publishing, Florida, ss.89-99, 2022
- III. **DİJİTAL OYUNLARDA REKLAM VE ETKİLERİ**  
AKGÜN AKAN N.  
DİJİTAL OYUNLAR -2 : Araçlar, Metodolojiler, Uygulamalar ve Öneriler, Prof. Dr. Şeref SAĞIROĞLU, Prof. Dr. Halil İbrahim BÜLBÜL, Dr. Ahmet KILIÇ, Dr. Mustafa KÜÇÜKALİ, Dr. Şahin BAYZAN, Doç. Dr. Yavuz SAMUR, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, ss.215-245, 2022
- IV. **Türkiye’de Yayımlanan Sürdürülebilirlik Konulu Reklam Filmlerinin Çerçevenmesi**  
AKGÜN AKAN N.  
HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, Mustafa Koçer, Murat Başarır, Mustafa Cıngı, Editör, Nobel Yayın, ss.95-118, 2022
- V. **Dijital Reklamcılık ve İçerik Üretimi: Instagram’da Influencer Reklamcılık**  
AKGÜN AKAN N.  
Yeni Medya, Yeni Mekan, Yeni Mesaj, Onur Önürmen, Editör, Palet Yayınları, ss.123-142, 2020
- VI. **KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ REKLAMLAR: İNTERNET KULLANICILARININ FACEBOOK’TAKİ KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ REKLAM ALGISI**  
Akdağ M., Akgün Akan N.  
Contemporary Challenges in Business and Life Sciences, Cüneyt Akar, Hakan Kapucu, Editör, IJOPEC Publication Limited, London, ss.153-162, 2019
- VII. **Reflection of Digitalization in Life Styles and Advertisements: Example of Advertisement Health Consultant Service**  
Akdağ M., Akgün Akan N.  
CURRENT DEBATES IN PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STUDIES, Öze Nuran, Editör, Ijopec Publication Llp Limited, London, ss.71-84, 2018

## Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler

- I. **Ekolojik Krizin Dijital Mecralarda Yer Alan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Reklamları Bağlamında İncelenmesi**  
AKGÜN AKAN N.  
İFİG Üsküdar Ünivarsitesi 26-27-28 Mayıs 2021, 26 Mayıs 2021
- II. **Reklamcılık Alanındaki SSCI İndeksli Dergilerin Bibliyometrik Değerleri Üzerine Bir İnceleme**  
AKGÜN AKAN N.  
CICMS 2020 Ege Üniversitesi & Erciyes Üniversitesi, 20 Mayıs 2021
- III. **KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ REKLAMLAR: İNTERNET KULLANICILARININ FACEBOOK'TAKİ KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ REKLAM ALGISI**  
AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.  
CUDES, 2 - 04 Mayıs 2019
- IV. **Kişiselleştirilmiş Reklamlar: İnternet Kullanıcılarının Facebook'taki Kişiselleştirilmiş Reklam Algısı**  
Akdağ M., Akgün Akan N.  
CUDES, Lefkoşa, Kıbrıs (Kkctc), 2 - 04 Mayıs 2019, ss.49
- V. **Dijitalleşmenin Yaşam Tarzlarına ve Reklamlara Yansıması: 7/24 Sağlık Danışmanlığı Hizmeti Reklam Örneği**  
AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.  
CUDES, 19 - 21 Nisan 2018
- VI. **DİJİTAL REKLAMCILIK BAĞLAMINDA ÇEVİRİMİÇİ DAVRANIŞSAL REKLAMCILIK VE ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN ÇEVİRİMİÇİ REKLAM ALGISI**  
AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.  
ASEAD 2. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, 21 - 23 Eylül 2017
- VII. **Public Relations Practices In Terms Of Intercultural Communication: Example Of YunusEmre Institutes In Turkey – Bosnia And Herzegovina Relations**  
AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.  
International Association of Social ScienceResearch (IASR), 4 - 08 Mayıs 2016
- VIII. **THE VIEWS OF THE STUDENTS WHO ATTEND AND DON TATTEND THE ADVERTISING ETHICS COURSES THE CASE OFFACULTY OF COMMUNICATION UNIVERSITY OF ERCİYES**  
AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.  
International Trends and Issues in Communication & Media Conference, Saraybosna, Bosna-Hersek, 9 - 11 Mayıs 2015, ss.38-48
- IX. **Public Relations Practices in Terms ofİntercultural Communication Example of Yunus Emre İnstitutes in Turkey Bosnia andHerzegovina Relations**  
AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.  
X. European Conference on Social and Behavioral Sciences, 19 - 22 Mayıs 2016
- X. **The Views Of The Students Who Attend And Don'xxt Attend The Advertising Ethics Courses: The Case Of Faculty Of Communication, University Of Erciyes**  
AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.  
International Trends and Issues in Communication Media Conference, 2 - 04 Eylül 2015
- XI. **The Views Of The Students Who Attend And Don't Attend The Advertising Ethics Courses: The Case Of Faculty Of Communication, University Of Erciyes**  
AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.  
International Trends and Issues in Communication & Media Conference, Petersburg, Rusya, 2 - 04 Eylül 2015, ss.552-560

## Metrikler