**Yrd.Doç.Dr. Nesrin CANPOLAT**

* **Tezler**

**Yüksek Lisans Tez Başlığı ve Tez Danışmanı**

“Kişisel Halkla İlişkiler Aracı Olarak İmaj ve Kimlik” Prof. Dr. Mahmut OKTAY

**Doktora Tezi Başlığı ve Danışmanı**

“Sosyal Teorideki İktidar Düşüncesi Temelinde Halkla İlişkiler Ve Türkiye'de Halkla İlişkilerin Gelişimi” Prof. Dr. Aydemir OKAY

* **Bilimsel Yayınlar**
* **Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayınlanan,  Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında Basılan Bildiriler**
* Okay Aydemir ve Canpolat Nesrin (2006). “Halkla İlişkiler Ve Hedef Kitleyle İletişimde Kurumsal Web Sitelerinin İncelenmesi” Marmara Üniversitesi Yeni İletişim Ortamları Ve Etkileşim Uluslar Arası Konferansı 1-3 Kasım,  İstanbul.
* Canpolat, Nesrin (2012).  “Sosyal Teorideki İktidar Düşüncesi Temelinde Halkla İlişkiler ve Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişimi” II. Uluslar arası İletişim Sempozyumu, 2-4 Mayıs,  Bişkek/Kırgızistan.
* Canpolat, Nesrin(2014). "Mutluluğun Sihirli Formülü: Tüketim" 1. Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Sempozyumu, 18-21 Mart, Niğde.
* Canpolat, Nesrin; Omur, Songül (2014). "Medyanın Öteki’leştirme Aracı Olarak Kullanımı: Yabancı Gelin Yarışma Programı Örneği" 1. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi, 12-15 Mayıs 2014, Kocaeli.
* Canpolat, Nesrin; Omur, Songül (2014). “Utilization of Media as a Tool for Marginalization: Foreign Bride Game Show Example” Cross-Cultural Communication, Vol. 10, No. 5, 2014, pp. 49-54.
* Canpolat, Nesrin; Songur Levent(2015). **Ulusal Yargı Ağı Projesi (Uyap)’In Adli Yargı Teşkilatının İşleyişine Getirdiği Yenilikler Üzerine Bir Araştırma: “Konya İli Örneği”, Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 52, s. 482-501.**
* **Canpolat, Nesrin; Özkısaç Adem(2016). Pazarlama Aracı Olarak Reklam: Ramazan Ayı Gazete Reklamları Üzerine Bir İnceleme. Uluslar arası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı 43, Cilt 9, s.1758-1765.**
* **Ulusal Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler**
* Canpolat, Nesrin (2012) “Bir Meslek Olarak Halkla İlişkiler Ve Etik: Halkla İlişkiler Şirketlerinin Web Sitelerine Yönelik Bir Çalışma” (2012),   Journal Of Yaşar Yaşar University, 25( 7), 4229-4240.
* Canpolat, Nesrin (2012). Çevreyle İletişimde Kurumsal  Nedenler: Gazetelerde Yer Alan Kurumsal Verilere Yönelik Bir Araştırma. İşletme Araştırmaları Dergisi, 4(1), 78-93.
* Canpolat, Nesrin (2012). Risk Toplumunda Halkla İlişkiler Şirketlerinin Kriz Ve Kriz İletişimine Yönelik Bakış Açılarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma,   Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,  3, 119-134.
* Canpolat, Nesrin (2012). Halkla İlişkiler ve Reklam Ajanslarının Hizmet Alanları: Web Sitelerine Yönelik Bir İnceleme, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 5(2),  95-106.
* Canpolat, Nesrin (2012). Meslek Yüksekokullarında Bulunan Halkla İlişkiler Programlarında Verilen Eğitimin Genel Değerlendirilmesi Üzerine Bir Çalışma,  Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi,   1(15),  43-64.
* Canpolat, Nesrin; Özkısaç Adem; BYASHİMOV Güchgeldi (2013). Kurumsal İletişimde İki Stratejik Alan: Pazarlama ve Halkla İlişkiler Üzerine Bir Değerlendirme,  Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(2),  259-274.
* **Ulusal Bilimsel Toplantılarda Sunulan Bildiriler**
* Canpolat, Nesrin (2005). Tüketim Toplumunda Kişisel Halkla İlişkiler Aracı Olarak İmaj ve Kimlik, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi – 2. Ulusal İletişim Öğrencileri Sempozyumu 17-18 Kasım, Eskişehir.
* Canpolat, Nesrin ve Emine Görür (2013). İşletmelerin Kriz ve Kriz İletişimine Bakış Açılarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma, 12. Ulusal İşletmecilik Kongresi, 2-4 Mayıs, Muğla.

**Alana İlişkin Kitap ve  Kitap  Bölümü Yazarlığı**

* Canpolat, Nesrin (2003). Foucault, Kadife Karanlık (Ed. Nurdoğan Rigel vd.), Su Yayınları, İstanbul.
* Canpolat, Nesrin (2010). Tüketici Davranışlarını Açıklamada Empatik Yaklaşım. Empati,  (Ed. Yıldız Dilek Ertürk).  Derin Yayınları, İstanbul.
* Canpolat, Nesrin (2012).  Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişimi,  Seçkin Yayıncılık, Ankara.
* Canpolat, Nesrin; Yardım Mecbure; Koyuncu Seçkin Can; Sezer Yavuz (2015). Sürdürülebilir Kalkınma Çağında Kurumsal İletişim, (Ed. Murat Toksarı ve Murat Akın), Çağdaş Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar, Paradigma Akademi Yayınları.

**Diğer Yayınlar**

* Canpolat, Nesrin (2012). İktidar Kavramını Halkla İlişkilere Uygulamak ve Halkla İlişkiler  Şirketlerinin Halkla İlişkiler Yorumu, Sosyoloji Notları Dergisi,  9,  47-57.
* Canpolat, Nesrin (2012). Seyyar Sergi Etkinliğinin Halkla İlişkiler Uygulamaları Açısından İncelenmesi,  [www.makaleler.com](http://www.makaleler.com/), 21 Şubat 2012.

**Atıflar**

Olgun, Cem K. (2007). Mıchel Foucault’nun İktidar Kavramına Giriş,  Sosyoloji Notları Dergisi, s.9-12

Yalçıntaş, Önder (2007). Foucault ve Heidegger’in İnsan Anlayışı, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, s. 9-11, 32, 40, 44, 64, 77-78.

Tahincioğlu, A. Nevin Yıldız(2010). Namusun ve Namus Cinayetlerinin Cinsiyet Eşitsizlikleri Bağlamında Analizi, Ankara Üniversitesi Kültür ve İletişim Dergisi, Sayı: 13, Cilt 2, s. 138.

Bilici, İbrahim E.(2011). Oryantalist Seyahatnamelerde Türk İmgesi Üzerine Bir İnceleme: Alexander William Kinglake’in Seyahatnamesi Eothen∗ Örneği, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 2, sayfa 7.

Başlar, Gülşah(2011).  The Influence of Media on the Reconstruction of Social Reality Through Asymmetric Information. VI Congrés Internacıonal Comunıcacıó I Realıtat Facultat De Comunıcacıó Blanquerna - Unıversıtat Ramon Llull Trípodos Extra, Barcelona, p. 202.

Nihan Aytekin(2012). “[Tiksindirici Olanı Yok Etmek, Kendimizi Temizlemek: Detan ve Domestos Reklamları Örneğinde Bir Güç Savaşı](http://fcms.emu.edu.tr/Re_Making_and_Undoing_Peace_Conflict_2012.pdf#page=104)” 3th International Conference in Communication and  Media Studies, 11-13 Nisan, Kıbrıs. s.93

Işık, Server(2012). Türkçede Foucault ve Foucault Bibliyografyası, Beytulhıkme An İnternational Journal of Phisophy, Volume 2, İssue 2 December s. 121.

Çelebi, Vedat (2013). Michel Foucault’da Bilgi, İktidar ve Özne İlişkisi, Sosyal Bilimler Araştırmaları Derneği,  Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi,  Cilt 5 Sayı 1, s. 515.

Özkaya, B. ve Ene S. (2013). Analysis of Corporate Web Sites as a Public Relations Tool, with Regards to Knowledge Management Process, Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing, Rome-Italy, Vol: 2, No: 8, p.71.

Burgaz, Ayşe(2014). Halkla İlişkilerde Sosyal Medya Kullanımı, İstanbul Aydın Üniversitesi Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 91, 94-96.

Ertem Tuğçe (2014). Türkiye’de Halkla İlişkiler Ajanslarında Değerlendirmenin Yeri ve Önemi. Atatürk İletişim Dergisi, Sayı 6, Ocak s. 176-177.

Küçüksaraç, Banu(2015). Buzdağının Görünmeyen Yüzü: Halkla İlişkilerde Yaratıcılık ve Yenilikçilik. Halkla İlişkilerde Uzmanlaşma, Der: Sevim Koçer, Derin Yayınları, s. 2.

Göksel, Gürel Ali; Serarslan Zahit M.(2015). Public Relations in Sports Clubs: New Media as a Strategic Corporate Communication İnstrument. İnternational Journal of Physical Education, Sports and Health,Volume 2 İssue 2, pp. 276.

Mert, Yener Lütfü (2016)“Türkiye’de Kamu sektöründe Halkla İlişkiler Bölümlerinin Yapısal Sorunları ve Çalışanlar Üzerine Bir Değerlendirme. TURAN-SAM Uluslar arası Bilimsel Hakemli Dergisi, Sayı 30, Cilt 8, s. 92 İlkbahar.

Özçelik, Gökhan T. (2016). Güç İstenciyle Vücut Bulan Oryantalizme Anadolu’dan Yükselen Yanıt. Turkish Studies İnternational Periodical for Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 11 İssue 2 Winter, p. 1005.

Gencer, Tamer Zekiye(2016). Halkla İlişkiler Etkinliklerinde Medya Planlamanın Önemi, Humanities Sciences, Cilt 11, Sayı 2, s. 91.