**KİTAPLAR**

**1. Küresel Dünyada İLETİŞİMİN DİJİTAL YÜZLERİ**

Bölüm Adı:Global Sustainbility Reporting Guidelines in Corporate Reputation Management: Example of Global Reporting Initiative (GRI), DOĞAN ŞEYHMUS, Yayın Yeri:Eğitim Yayınevi, Editör:ÜNALAN, Duygu, DOĞAN, Şeyhmus, Basım sayısı:1, Sayfa sayısı:27, ISBN:978-605-7786-87-6, Bölüm Sayfaları:41 -67

**2020**  **Bilimsel Kitap**  **Kitap Bölümü**

**2. Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Yeni Ufuklar - 1**

Bölüm Adı:Siyasal İletişim Bağlamında Medya ve Siyaset İlişkisinin Haberin Söylemine Yansımaları – 22 Temmuz 2007 Genel Seçim Haberleri Örneği, DOĞAN ŞEYHMUS,ÜNALAN DUYGU, Yayın Yeri:Gece Kitaplığı, Editör:Prof. Dr. Sinan SÖNMEZ, Dr. Ertan ÖZÇOBAN, Dr. Dursun BALKAN, Dr. Hüseyin KARAKUŞ, Basım sayısı:1, Sayfa sayısı:528, ISBN:978-605-7749-93-2, Bölüm Sayfaları:356 -373

**2019**  **Bilimsel Kitap**  **Kitap Bölümü**

**3. New Horizons in Social, Human and Administrative Sciences**

Bölüm Adı:Current Marketing Methods - Analysis of Dimensions and Application Strategies of Niche Marketing Concept, DOĞAN ŞEYHMUS, Yayın Yeri:Gece Publishing, Editör:Prof. Dr. Sinan SÖNMEZ, Dr. Ertan ÖZÇOBAN, Dr. Dursun BALKAN, Dr. Hüseyin KARAKUŞ, Basım sayısı:1, Sayfa sayısı:611, ISBN:978-605-80229-3-5, Bölüm Sayfaları:480 -505

**2019**  **Bilimsel Kitap**  **Kitap Bölümü**

**4. Academic Studies in Social, Human and Administrative Sciences-2019/2**

Bölüm Adı:CREATING CORPORATE IMAGE THROUGH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, DOĞAN ŞEYHMUS, Yayın Yeri:IVPE Yayınevi, Editör:Prof. Dr. Zafer GÖLEN, Doç. Dr. Abidin TEMİZER, Basım sayısı:1, Sayfa sayısı:419, ISBN:978-9940-540-96-8, Bölüm Sayfaları:33 -54

**2019**  **Bilimsel Kitap**  **Kitap Bölümü**

**5. Communication Studies: AYBAK 2019 / II (September)**

Bölüm Adı:Globalization and Media: Dissemination of Culture Through Media, ÜNALAN DUYGU,DOĞAN ŞEYHMUS, Yayın Yeri:Akademisyen Kitabevi A.Ş. - Academician Publishing House Inc., Editör:Y. Gürhan TOPÇU, Aslıhan DOĞAN TOPÇU, Basım sayısı:1, Sayfa sayısı:131, ISBN:978-605-258-616-7, Bölüm Sayfaları:1 -24

**2019**  **Bilimsel Kitap**  **Kitap Bölümü**

**6. ACADEMIC STUDIES IN SOCIAL, HUMAN ANDADMINISTRATIVE SCIENCES**

Bölüm Adı:Corporate Reputation and Corporate Culture Interaction, DOĞAN ŞEYHMUS, Yayın Yeri:Gece Kitaplığı / Gece Publishing, Editör:Doç. Dr. Murat Cem DEMİR, Basım sayısı:1, Sayfa sayısı:10, ISBN:978-605-288-606-9, Bölüm Sayfaları:9 -19

**2018**  **Bilimsel Kitap**  **Kitap Bölümü**

**7. İletişimde Serbest Yazılar**

Bölüm Adı:Bir Pazarlama İletişimi Unsuru Olarak Adil Ticaret (Fairtrade), DOĞAN ŞEYHMUS,TOPSÜMER FÜSUN, Yayın Yeri:Literatürk Academia, Editör:GÖZTAŞ, Aylin, Basım sayısı:1, Sayfa sayısı:29, ISBN:9786053371137, Bölüm Sayfaları:581 -610

**2016**  **Bilimsel Kitap**  **Kitap Bölümü**

**8. Stratejik Pazarlama İletişimi Temel Kavramlar**

Bölüm Adı:Pazarlama İletişiminde Bütünleşme: Entegre/Bütünleşik Pazarlama İletişimi, DOĞAN ŞEYHMUS, Yayın Yeri:GAMA Basım Yayın Dağıtım, Editör:BABACAN Eylin, TOPSÜMER Füsun, GÖZTAŞ Aylin, Basım sayısı:1, Sayfa sayısı:19, ISBN:9789759070030, Bölüm Sayfaları:35 -54

**2011**  **Bilimsel Kitap**  **Kitap Bölümü**

**MAKALELER**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | [**Dijital Çağda Paranın Dönüşümü: Kripto Para Birimleri ve Blok Zinciri (Blockchain) Teknolojisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=tga5n3ONrm-t1u-VeSPh4g&no=_D2bDdARDMCOgjHVGzFVZw)  [ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859) , Yayın Yeri:Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 2020  **Uluslararası** **Hakemli** **TR DİZİN** **Özgün Makale** |  |  |
| **2** | [**Siyasal Pazarlama İletişiminde Beden Dili: 31 Mart 2019 Türkiye Yerel Seçimleri’ne Yönelik Bir Çözümleme**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=RATPqhQ7jFDBIyjtK6W67w&no=VAWp5jxMDUj5cB0bvOvsDw)  [ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859) , Yayın Yeri:The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (Tojdac) , 2020  **Ulusal** **Hakemli** **TR DİZİN** **Özgün Makale** |  |  |
| **3** | [**Sosyal Medyada Pazarlama Uygulamaları: Bir Havayolu Firmasının Reklam Filmi Analizi**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=KqAccZGT1cTdqiJlRzVk8g&no=NPyYQsydu7pn_jChegdWIA)  [ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859) , Yayın Yeri:Selçuk İletişim , 2020  **Uluslararası** **Hakemli** **TR DİZİN** **Özgün Makale** |  |  |
| **4** | [**News Framing Analysis of the Health Crisis of 2017 in Turkey**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=xDTbdL8wmI7B4lsGoDZ_dA&no=nT3KGP3694fUamKe2z0D-w)  [ELİF ŞEŞEN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=72CBA808F29671D4),[ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859),[PERİHAN ŞIKER](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=FDF45948BB531780) , Yayın Yeri:The Journal of Social Sciences Research , 2019  **Uluslararası** **Hakemli** **Alan endeksleri (SCOPUS)** **Özgün Makale** |  |  |
| **5** | [**Engelli Öğrencilerin Sınıf İçi İletişimi: Niğde Örneğinde İlköğretim Öğretmenlerinin Kaynaştırma Eğitimine Dair Görüşleri**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=pnFiqX8m_Bdz06cWz_hWJw&no=V-OBp1_xUj06V-k5ii5aPQ)  [ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859),[ELİF ŞEŞEN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=72CBA808F29671D4) , Yayın Yeri:Aksaray İletişim Dergisi , 2019  **Ulusal** **Hakemli** **Diğer endeksler (SOBIAD)** **Özgün Makale** |  |  |
| **6** | [**2017 TÜRKİYE – ABD VİZE KRİZİ HABERLERİNE YÖNELİK ÇERÇEVE ANALİZİ**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=AGL_O3e7wcbzkWF3b9lfmQ&no=soTUaaecAI-j1RLJL-WJow)  [ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859),[ELİF ŞEŞEN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=72CBA808F29671D4) , Yayın Yeri:SELÇUK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ AKADEMİK DERGİSİ , 2019  **Ulusal** **Hakemli** **TR DİZİN** **Özgün Makale** |  |  |
| **7** | [**Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmada Kullanımı: 16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu Sürecinde Siyasi Aktörlerin Sosyal Medya Paylaşımlarının İçerik Analizi**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=w44GFHQeEkDV4jgVIDRPFA&no=q3SMeouSUM6tBWypaNs06Q)  [ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859) , Yayın Yeri:Erciyes İletişim Dergisi , 2019  **Ulusal** **Hakemli** **TR DİZİN** **Özgün Makale** |  |  |

**BİLDİRİLER**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | [**Pazarlama İletişimi ile Blok Zinciri (Blockchain) Teknolojisinin Entegrasyonu**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=dWzhPUlnqn3hhgFKmBSiWQ&no=_D2bDdARDMCOgjHVGzFVZw)  [ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859) (29.05.2020 -31.05.2020 ) , Yayın Yeri:4. ULUSLARARASI ZEUGMA BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR KONGRESİ 29-31 MAYIS 2020 , 2020  **Uluslararası** **Tam metin bildiri** |  |  |
| **2** | [**Yaz Tatili Konulu Televizyon Reklamlarının Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Önermeleri Örneğinde Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=znEloUfVb4hVII0tkZX_sA&no=VAWp5jxMDUj5cB0bvOvsDw)  [KAZIM ÖZKAN ERTÜRK](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=9D8BB8533134D905),[ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859) (18.10.2019 -20.10.2019 ) , Yayın Yeri:INTERNATIONAL BLACK SEA COASTLINE COUNTRIES SYMPOSIUM - III , 2019  **Uluslararası** **Tam metin bildiri** |  |  |
| **3** | [**KÜRESELLEŞEN PAZARLAMA SÜRECİNDE YERELLEŞEN ULUSLARARASI FASTFOOD MARKALARI**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=4ThH5iSY3Snx3qH7wIKSBQ&no=NPyYQsydu7pn_jChegdWIA)  [KAZIM ÖZKAN ERTÜRK](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=9D8BB8533134D905),[ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859),[ELİF ŞEŞEN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=72CBA808F29671D4) (04.05.2018 -05.05.2018 ) , Yayın Yeri:2. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi , 2018  **Uluslararası** **Tam metin bildiri** |  |  |
| **4** | [**Nemlendirci Krem Reklamlarında Mitsel Güzellik**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=tg3D3TOoBX7IniuaPkzgCA&no=nT3KGP3694fUamKe2z0D-w)  [ELİF ŞEŞEN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=72CBA808F29671D4),[ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859) (26.10.2019 -29.10.2019 ) , Yayın Yeri:Uluslararası 29 Ekim Bilimsel Araştırmalar Sempozyumu , 2019  **Uluslararası** **Tam metin bildiri** |  |  |
| **5** | [**Akrandan Akrana Eşler Arası (Peer to Peer) Pazarlama - Avon ve Oriflame Markalarının Karşılaştırmalı Analizi**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=PoTiBXEZgq6Nnfh1M5ePcg&no=V-OBp1_xUj06V-k5ii5aPQ)  [ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859) (15.11.2019 -17.11.2019 ) , Yayın Yeri:AL FARABI 6th International Conference on Social Sciences , 2019  **Uluslararası** **Tam metin bildiri** |  |  |
| **6** | [**COCA-COLA REKLAMLARININ GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ**](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/yayinDetay.jsp?id=nQNpvyW28GvD9AIQJIssoQ&no=soTUaaecAI-j1RLJL-WJow)  [ELİF ŞEŞEN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=72CBA808F29671D4),[KAZIM ÖZKAN ERTÜRK](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=9D8BB8533134D905),[ŞEYHMUS DOĞAN](https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/AkademisyenGorevOgrenimBilgileri?islem=direct&authorId=AF34008F74B89859) (04.05.2018 -05.05.2018 ) , Yayın Yeri:2. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi , 2018  **Uluslararası** **Tam metin bildiri** |  |  |