

ÖZGEÇMİŞ

- 1. Adı Soyadı** : Zeynep GENEL
- 2. Doğum Tarihi** :
- 3. Unvanı** : Doç.Dr.
- 4. Öğrenim Durumu** : Doktora
- 5. Çalıştığı Kurum** : İstanbul Okan Üniversitesi

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ	1998
Yüksek Lisans	GAZETECİLİK BÖLÜMÜ	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	2008
Yüksek Lisans	HALKLA İLİŞKİLER (YL) (TEZSİZ)	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	2004
Doktora	SOSYAL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ (DR)	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ	
Doktora	MEDYA ÇALIŞMALARI (DR)	YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ	2015

5. Akademik Unvanlar

- Yardımcı Doçentlik Tarihi :
Doçentlik Tarihi :
Profesörlük Tarihi :

6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

6.1. Yüksek Lisans Tezleri

6.2. Doktora Tezleri

7. Yayınlar

7.1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

GENEL ZEYNEP, Sustainable Consumption, Anti-Consumerism Trends and Ikea Buy Back Friday Movement, TURKIYE ILETISIM ARASTIRMALARI DERGISI-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, 2022.

SAYIM MADAK SEVİM, GENEL ZEYNEP, Crisis and Stakeholder Communication in Airline Sector: The Case Study of Turkish Airlines, TURKIYE ILETISIM ARASTIRMALARI DERGISI-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, 2022.

Bek,il Beyza,GENEL ZEYNEP, The Role of Fashion Brands' SDG 12 Messages in the Perception of Young Consumers: A Qualitative Research, TURKIYE ILETISIM ARASTIRMALARI DERGISI-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, 2024.

7.2. Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

URALMAN NEZAHAT HANZADE,GENEL ZEYNEP, Pazarlama İletişiminde Selfi ile Yaratılan Hiper-gerçeklik, Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, 2018.

GENEL ZEYNEP, Erdem Eren, Markaların Sosyal Aracılı Krizlerle Mücadelesinde Yeni Yaklaşımlar : Fairy Krizi Örneği, Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi, 2021.

GENEL ZEYNEP, Understanding Informal Communication Environment Effect on Social Inclusion, IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, 2021.

GENEL ZEYNEP, Özüğurlu Batuhan, An Observation on Othering of 65+ Group During The First Phase of Covid-19 Pandemic, Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Dergisi, 2021.

GENEL ZEYNEP, KOÇAK SEVİNÇ, İtibarın Online Boyutları: İletişim Profesyonellerinin Online İtibar Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2022.

Durmuşoğlu Tuba, GENEL ZEYNEP, Pasif Paydaş Olarak Vatandaşın E-İletişim ile Aktif Paydaşa Dönüşümü: CİMER Uygulaması Örneği, Denetim Dergisi, 2022.

GENEL ZEYNEP, Afrikalı Göçmenlerin Hikayesini Belirleyen Etkenler ve İletişimin Rolü, Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi, 2022.

GENEL ZEYNEP, Göçmen Karşıtı Retorik ile Sosyo-Teknolojik Ağlarda Gündem Oluşturma: Sessiz İstila 2 İçeriğinin YouTube Kullanıcı Gündeminin Analizi, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2022.

7.3. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

URALMAN NEZAHAT HANZADE,GENEL ZEYNEP, Pazarlama İletişiminde Selfi İle Yaratılan Hipergerçeklik, 16. International Communication in the Millenium,2018.

GENEL ZEYNEP, The Blur Age: Producing Hyper-Reality with Digital Tools, 16th Annual International Mass Media and Communication Conference,2018.

GENEL ZEYNEP,Morgil Bilge,Konak Cengizhan, Kurumsal Sorumluluk mu Toplumsal Eşitsizliğin Yeniden Üretimi mi?, 17. International Communication in the Millenium Symposium,2020.

GENEL ZEYNEP,Özüğurlu Batuhan, Marginalization of 65 Years Group by the Effect of Social Spheres during Covid-19, Transformations and Consequences in Society due to Covid-19 Pandemic,2020.

GENEL ZEYNEP, Instagram, Para-sosyal İletişim ve Hiper Kimlik, 18th International Communication in the Millennium,2021.

GENEL ZEYNEP, Markaların Dijital Gündem Yönetimi: Ağların Gündemi Yaklaşımı ile Toplulukların Gündemini Dinlemek, 19th International Symposium Communication in the Millenium,2022.

GENEL ZEYNEP, Observation Russian- Ukraine Conflict on Other Critic Issues on Twitter, 3rd International Conference of Economic and Social Consequences of Covid-19 and The War in Ukraine,2023.

7.4. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

GENEL ZEYNEP, Sürdürülebilir Şehir Markaları için Çok Yönlü Simetrik İletişim Modeli Yaklaşımı, İstanbul Ticaret Üniversitesi 2. Lisansüstü Öğrenci Kongresi, 2015.

GENEL ZEYNEP, Kamusal Paydaşlarla İletişimsel İşbirliğinin Kurumsal İtibar Konumlandırması Üzerindeki Etkisi, 2. Uluslararası İletişim Çalışmaları ve Medya Araştırmaları Kongresi, 2017.

GENEL ZEYNEP, Hastalık Yönetiminde Kamusal Farkındalığın ve Sosyal Etkileşimin Rolü, Uluslararası Katılımlı 6. Sağlık İletişimi Sempozyumu, 2020.

7.5. Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

BIÇAKÇI AYŞE BANU,GENEL ZEYNEP, Strategic Place Branding Methodologies and Theory for Tourist Attraction, 2017.

BIÇAKÇI AYŞE BANU,GENEL ZEYNEP, Advertising and Branding: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications, 2017.

GENEL ZEYNEP, Reputation Management Techniques in Public Relations, 2018.

KILIÇ ŞÜKRÜ OKTAY,GENEL ZEYNEP, Trends, Experiences, and Perspectives in Immersive Multimedia and Augmented Reality, 2019.

GENEL ZEYNEP, Recent Advancements in Sustainable Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility, 2020.

GENEL ZEYNEP, Improving Marketing Strategies for Private Label Products, 2020.

GENEL ZEYNEP, Strategies and Tools for Managing Connected Consumers, 2020.

GENEL ZEYNEP, Handbook of Research on Digital Citizenship and Management During Crises, 2022.

7.6. Yazılan ulusal kitaplar veya kitaplarda bölümler

GENEL ZEYNEP, Yıldırım Sadullah Bora, Dijital ve Sonrası, 2021.

7.7. Diğer yayınlar

8. Projeler

Gelişimsel Kuşaklararası İletişim Sürecinde Yaş Kalıpyargısı Boyutlarının Belirlenmesi Ve İhtiyaca Yönelik Uyumlaştırılmış İletişim Davranışı (İyuid) Kılavuzunun Geliştirilmesi: İstanbul Örneği, -Tübitak 1001, .

Sürdürülebilirlik hedeflerinden nitelikli eğitim kapsamında reklamcılık sektörünün reklamcılık bölümleri eğitimi ve öğrencileri ile etkileşimi üzerine nitel bir araştırma, TÜBİTAK PROJESİ, .

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Vizyonunda Yerel Yönetimlerin Kültürel Hayata Halkın Katılımı Sağlamak İçin Kullandıkları İletişim Stratejilerinin Değerlendirilmesi, -Tübitak 3005, .

Sürdürülebilir Üretim Ve Tüketim (Sdg12) Hedefi Doğrultusunda Markaların Sürdürülebilirlik Mesajlarının Genç Tüketicilere Etkisi, TÜBİTAK PROJESİ, .

Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim (SDG12) Hedefi Doğrultusunda Markaların Sürdürülebilirlik Mesajlarının Genç Tüketicilere Etkisi, TÜBİTAK PROJESİ, .

Chinese Restaurants as Cultural Brands: Analysis on Marketing Strategies of Chinese Restaurants in Turkey, Diğer (Uluslararası), 2019.

Analysis of Communication Strategy of Topkapı Palace Museum on Chinese Porcelain Collection, Diğer (Uluslararası), 2020.

The Role of Tai Chi as an Intangible Chinese Cultural Asset on Promoting Chinese Culture in Turkey, Diğer (Uluslararası), 2022.

Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim (Sdg12) Hedefi Doğrultusunda Markaların Sürdürülebilirlik Mesajlarının Genç Tüketicilere Etkisi, TÜBİTAK PROJESİ, 2023.

9. İdari Görevler

2024 - Fakülte Kurulu Üyeliği, OKAN ÜNİVERSİTESİ

2018 - Erasmus Koordinatörü , İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ

10. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler

- Journal of Social and Personal Relationships Reviewer (2024)
- Studies in Media and Communication Journal Editorial Board (2022)
- European Communication Research Association (2022)
- Athens Journal of Mass Media and Communication Reviewers Board
<https://www.athensjournals.gr/ajmmcrb> (2022)

11. Ödüller

- Vizyoner Baykuş Proje Ödülü, Proje Ödülü, Türkiye Araştırmacılar Derneği (2016)

12. Son İki Yılda Verdiği Lisans ve Lisansüstü Düzeydeki Dersler

- Principles of Integrated Marketing Communication, Lisans, 2014-2015, Ders Saati: 3
- Advertising Campaign Management and Agency Operations, Lisans, 2014-2015, Ders Saati: 3
- Advertising Campaign Management and Agency Operations, Lisans, 2015-2016, Ders Saati: 3
- Principles of Integrated Marketing Communication, Lisans, 2015-2016, Ders Saati: 3
- Case Studies in Advertising, Lisans, 2015-2016, Ders Saati: 3
- Sağlık İletişimi, Lisans, 2016-2017, Ders Saati: 3
- Reklam Kampanyaları, Lisans, 2016-2017, Ders Saati: 3
- Dijital Pazarlama, Lisans, 2016-2017, Ders Saati: 3
- Dijital İletişimde Kuram ve Uygulama, Lisans, 2016-2017, Ders Saati: 3
- Pazarlama İletişimi, Lisans, 2016-2017, Ders Saati: 3
- Medya, Kültür ve Toplum, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Sağlık İletişimi, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Reklam Kampanyaları, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Müşteri İlişkileri, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- İkna Teknikleri, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Pazarlama İletişimi, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Medya Planlama, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Dijital İletişimde Kuram ve Uygulama, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- İletişim Etiği, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Medya Okuryazarlığı, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Halkla İlişkiler İçin Yazım Teknikleri, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Pazarlama İletişimi, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Reklamcılığın Temelleri, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- İletişimde Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Medya, Kültür ve Toplum, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3

- Reklam Kampanyaları, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Pazarlama Araştırmaları, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Bitirme Projesi, Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Medya Okuryazarlığı, Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Dijital Halkla İlişkiler, Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Halkla İlişkiler İçin Yazım Teknikleri, Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Pazarlama Araştırmaları, Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Pazarlama İletişimi, Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- İletişimde Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Reklam Kampanyaları, Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Sürdürülebilirlik İletişimi, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Reklam Kampanyaları, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Medya Okuryazarlığı, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Pazarlama İletişimi, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Halkla İlişkiler İçin Yazım Teknikleri, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Dijital Halkla İlişkiler, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Dezenformasyon ve Dijital Okuryazarlık, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Bitirme Projesi, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Pazarlama Araştırmaları, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- İletişimde Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Reklamda Yaratıcılık, Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Reklamda Yaratıcılık, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3

- Dijital Halkla İlişkiler, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- Pazarlama Araştırmaları, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- Reklam Kampanyaları, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- Halkla İlişkiler Atölyesi, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- Bitirme Projesi, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- Halkla İlişkiler İçin Yazım Teknikleri, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- İletişimde Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- Pazarlama İletişimi, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- Sürdürülebilirlik İletişimi, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- Medya, Kültür ve Toplum, Lisans, 2021-2022, Ders Saati: 3
- Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları, Lisans, 2022-2023, Ders Saati: 3
- Pazarlama Araştırmaları, Lisans, 2022-2023, Ders Saati: 3
- Halkla İlişkiler Atölyesi, Lisans, 2022-2023, Ders Saati: 3
- Reklam Kampanyaları, Lisans, 2022-2023, Ders Saati: 3
- Pazarlama İletişimi, Lisans, 2022-2023, Ders Saati: 3
- Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2022-2023, Ders Saati: 3
- Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2022-2023, Ders Saati: 3
- Araştırma Yöntem ve Uygulamaları, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- İletişimde Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- İletişimde Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Pazarlama İletişimi, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Medya Kültür ve Toplum, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Reklam Kampanyaları, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Medya Kültür ve Toplum, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Pazarlama İletişimi, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Reklamda Yaratıcılık, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3

- Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Bitirme Projesi, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Reklamda Yaratıcılık, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Pazarlama Araştırmaları, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Pazarlama Araştırmaları, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Reklam Kampanyaları, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Araştırma Yöntem ve Uygulamaları, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 3
- Bitirme Projesi, Lisans, 2023-2024, Ders Saati: 2
- İletişimde Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 3
- Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 3
- Medya Kültür ve Toplum, Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 3
- Bitirme Projesi, Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 2
- Reklam Kampanyaları, Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 3
- Araştırma Yöntem ve Uygulamaları, Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 3
- Pazarlama İletişimi, Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 3
- Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 3
- Spor Yönetiminde Araştırma Teknikleri, Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 3
- Pazarlama Araştırmaları, Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 3
- Reklamda Yaratıcılık, Lisans, 2024-2025, Ders Saati: 3