

Prof. Dr. Recep Yılmaz

Kişisel Bilgiler

E-posta: recep.yilmaz@omu.edu.tr

Web: <https://avesis.omu.edu.tr/recep.yilmaz>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: HZn5rP8AAAAJ

ORCID: 0000-0003-3406-2755

Publons / Web Of Science ResearcherID: J-9956-2019

ScopusID: 55735776300

Yoksis Araştırmacı ID: 19169

Eğitim Bilgileri

Doktora, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri (Dr), Türkiye 2010 - 2014

Yüksek Lisans, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik (YI) (Tezli), Türkiye 2005 - 2008

Lisans, Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, Türkiye 2000 - 2005

Yaptığı Tezler

Doktora, Anlatı yoluyla dünyanın zihinsel yeniden kurulumu: "Palto", "Dönüşüm" ve "Hayvan Çiftliği" romanlarının alımlama pratikleri üzerine bir inceleme, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri (Dr), 2014
Yüksek Lisans, Toplumsal gerçekliğin kurulumunda gazetelerin edimsözel etkileri, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik (YI) (Tezli), 2008

Araştırma Alanları

Halkla İlişkiler, Reklamcılık ve Tanıtım, İletişim Bilimleri

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2024 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2019 - 2024

Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, 2015 - 2019

Öğretim Görevlisi, Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, İktisadi Ve İdari Programlar Bölümü, 2010 - 2015

Akademik İdari Deneyim

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, 2017 - Devam Ediyor

Fakülte Kurulu Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, 2015 - Devam Ediyor

Fakülte Yönetim Kurulu Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, 2015 -

Devam Ediyor

Rektörlük Kalite Komisyonu Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, 2015 - Devam Ediyor

Bölüm Başkanı, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, 2015 - Devam Ediyor

Rektör Danışmanı, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, 2022 - 2024

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, 2016 - 2019

Dekan Yardımcısı, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 2015 - 2016

Meslek Yüksekokulu Yönetim Kurulu Üyesi, Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, 2014 - 2015

Verdiği Dersler

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAM TERMİNOLOJİSİ, Lisans, 2019 - 2020, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

REKLAM YAZARLIĞI, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

REKLAM ÇÖZÜMLEMELERİ, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAM TERMİNOLOJİSİ, Lisans, 2018 - 2019

MEDYA OKURYAZARLIĞI, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

YARATICI YAZARLIK, Lisans, 2018 - 2019

İLETİŞİMİN TEMEL SORUNSALLARI, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

REKLAMCILIĞIN TARİHSEL AKTÖRLERİ, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

YÖNETİM SANATI VE LİDERLİK, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

DİJİTAL MEDYA VE YENİ REKLAMCILIK, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

EDEBİYAT SİNEMA VE REKLAMDA ANLATI, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018

MEDYA REKLAM PLANLAMA VE SATIN ALMA, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

HALKLA İLİŞKİLERDE METİN YAZARLIĞI, Lisans, 2017 - 2018, 2015 - 2016

SAYISAL ÇAĞDA İLETİŞİM TARİHİ ARAŞTIRMALARI, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

DİJİTAL MEDYA PLANLAMA VE ÖLÇÜMLEME, Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017

HUKUKUN TEMEL KAVRAMLARI, Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017

REKLAMCILIĞIN GÜNCEL SORUNLARI, Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

KİTLE İLETİŞİMİNDE METİN ÇÖZÜMLEME YÖNTEMLERİ, Yüksek Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017

TEMEL SANAT BİLGİSİ VE YARATICILIK, Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

SAYISAL ÇAĞDA İLETİŞİM TARİHİ ARAŞTIRMALARI TARİHİ, Yüksek Lisans, 2016 - 2017

METİN YAZARLIĞI, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016

ANLATI TÜRLERİ VE İNCELEMELERİ, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016

POPÜLER KÜLTÜR VE REKLAM, Lisans, 2016 - 2017

REKLAM FİLM YAPIMI, Lisans, 2016 - 2017

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016

KURUM KÜLTÜRÜ, Lisans, 2016 - 2017

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Transfer of Oral Culture to Advertising Narrative: An Investigation on the Functions of Idioms**
Yılmaz R.
MILLI FOLKLOR, cilt.2023, sa.140, ss.95-106, 2023 (AHCI)
- II. **Narrative Advertising Models and Conceptualization in the Digital Age Preface**
Yılmaz R.
NARRATIVE ADVERTISING MODELS AND CONCEPTUALIZATION IN THE DIGITAL AGE, 2017 (SSCI)
- III. **Historical Transformation of the Advertising Narration in Turkey: From Stereotype to Digital Media**
Yılmaz R., Cakir A., RESULOĞLU F.
NARRATIVE ADVERTISING MODELS AND CONCEPTUALIZATION IN THE DIGITAL AGE, ss.133-152, 2017 (SSCI)

- IV. **A Model for Interactive Advertising Narration**
RESULOĞLU F., Yılmaz R.
NARRATIVE ADVERTISING MODELS AND CONCEPTUALIZATION IN THE DIGITAL AGE, ss.1-20, 2017 (SSCI)
- V. **A Model Proposal for Advertising Aestheticization**
Yılmaz R., TAŞKIRAN M. N.
MARKETING AND CONSUMER BEHAVIOR: CONCEPTS, METHODOLOGIES, TOOLS, AND APPLICATIONS, ss.524-532, 2015 (SSCI)
- VI. **The Role of Social Media Strategies in Competitive Banking Operations Worldwide**
TAŞKIRAN M. N., Yılmaz R., Bolat N.
GLOBAL STRATEGIES IN BANKING AND FINANCE, ss.304-340, 2014 (SSCI)
- VII. **Leadership and the Function of Discourse on International Political Economy**
Gurel P. A., Yılmaz R., Cambaz N. O., Yılmaz N.
GLOBALIZATION AND GOVERNANCE IN THE INTERNATIONAL POLITICAL ECONOMY, ss.250-263, 2014 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **'HATUN'UN YOLCULUĞU: TOMRİS FİLMİNDE KADIN HÜKÜMRANLIĞININ ANLATISAL TEMSİLİ ÜZERİNE BİR ÇÖZÜMLEME**
Bolat N., Yılmaz R., Sırer E.
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.11, sa.2, ss.1344-1367, 2023 (Hakemli Dergi)
- II. **Foreword**
Yılmaz R.
Multidisciplinary Approaches to Ethics in the Digital Era, 2021 (Scopus)
- III. **Preface**
Yılmaz R.
Handbook of Research on Narrative Interactions, cilt.25, ss.2, 2021 (Scopus)
- IV. **Reklamda Süblatif Kodlama Üzerine Bir İnceleme**
YILMAZ R., ÇAKIN Ö.
MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.6, sa.4, ss.531-539, 2017 (Hakemli Dergi)
- V. **Televizyon Reklamlarında Metaleptik Kullanımların Tipolojisi**
YILMAZ R.
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.691-704, 2017 (Hakemli Dergi)
- VI. **TELEVİZYON REKLAMLARINDA METALEPTİK KULLANIMLARIN TİPOLOJİSİ**
YILMAZ R.
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.691-704, 2017 (Hakemli Dergi)
- VII. **A Structural Analysis of N. V. Gogol s 'The Overcoat'**
YILMAZ R.
MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.6, sa.2, ss.195-212, 2017 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Preface**
Taskiran N. O., Yılmaz R.
Handbook of Research on Effective Advertising Strategies in the Social Media Age, 2015 (Scopus)
- IX. **The Effect of Integrated Marketing Communication Competencies on Banking Performance Analysis with Fuzzy VIKOR Method**
DİNÇER H., HACIOĞLU Ü., YILMAZ R.
ACTUAL PROBLEMS OF ECONOMICS, cilt.143, sa.5, ss.247-260, 2013 (Scopus)
- X. **A Model for Advertising Aestheticization How an Ad is Aesthetically Created and has an Impact on Audience Product Advertising Mood and Target Audience Triangle**
YILMAZ R., TAŞKIRAN M. N.
International Journal of Research in Business and Social Science, cilt.2, sa.1, ss.40-46, 2013 (Hakemli Dergi)
- XI. **Eğitim ve Görsel Okuryazarlık İlişkisi Üzerine Bir İnceleme**

YILMAZ R.

Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.6, sa.1, ss.101-122, 2013 (Hakemli Dergi)

XII. Göçmen Bir Yönetmenin Objektifinden Sıla Olgusu Fatih Akın Sineması Üzerine Bağlamsal Bir İnceleme

YILMAZ R.

Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.103-116, 2012 (Hakemli Dergi)

XIII. İMKB de İşlem Gören Mevduat Bankalarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Finansal Sonuçları Üzerine Kurumsal Yönetim İlkeleri Çerçevesinde Bir İnceleme

ÇELİK İ. E., DİNÇER H., YILMAZ R.

Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.37-63, 2012 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **The Construction of the Social Roles Attached to Women in TV Commercials Through the Narrative**
TAN ÇAKIR N., YILMAZ R.
Narrative Theory and Therapy in the Post-Truth Era, Recep Yılmaz, Bozkurt Koç, Editör, IGI-Global, Hershey, ss.144-160, 2022
- II. **The Construction of the Social Roles Attached to Women in TV Commercials Through the Narrative**
TAN ÇAKIR N., YILMAZ R.
Narrative Theory and Therapy in the Post-Truth Era, Yılmaz Recep, Koç Bozkurt, Editör, IGI Global, Hershey, ss.144-160, 2022
- III. **Grandiose Mirrors of the Self: The Narcissistic Narrative in Ads**
ŞAHİN S., YILMAZ R.
Narrative Theory and Therapy in the Post-Truth Era, Recep Yılmaz, Bozkurt Koç, Editör, IGI-Global, Hershey, ss.11-25, 2022
- IV. **The Inter-Narrativity of "Life": An Analysis of Tezer Ozlu's A Journey to the Edge of Life**
TAN ÇAKIR N., YILMAZ R.
Handbook of Research on Narrative Interactions, RECEP YILMAZ, Editör, IGI-GLOBAL, HERSHEY, ss.106-119, 2021
- V. **The Inter-Narrativity of "Life": An Analysis of Tezer Ozlu's A Journey to the Edge of Life**
TAN ÇAKIR N., YILMAZ R.
Handbook of Research on Narrative Interactions, Yılmaz Recep, Editör, IGI Global, Hershey, ss.106-119, 2021
- VI. **Meta-Narrative of Immigration: A Study on Migration and the Presentation of Immigration in Fatih Akin'xxs Films**
GEMİCİBAŞI U., YILMAZ R.
Handbook of Research on Narrative Interactions, RECEP YILMAZ, Editör, IGI-GLOBAL, HERSHEY, ss.63-85, 2021
- VII. **An Analytical Review on Fundamental Narrative Components and Their Reflections in Advertising**
YILMAZ R.
Handbook of Research on Narrative Advertising, YILMAZ RECEP, Editör, IGI-Global, Hershey, ss.1-12, 2019
- VIII. **The Concept of Metalepsis and Classifications of Metaleptic Uses in TV Commercials**
DERVİŞCEMALOĞLU B., YILMAZ R.
Handbook of Research on Narrative Advertising, YILMAZ RECEP, Editör, IGI-Global, Hershey, ss.66-76, 2019
- IX. **A Brief History of Storytelling: From Primitive Dance to Digital Narration**
YILMAZ R., CİĞERCİ F. M.
Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies, YILMAZ RECEP, ERDEM MEVLÜDE NUR, RESULOĞLU FİLİZ, Editör, IGI-Global, Hershey, ss.1-14, 2018
- X. **Reklamda Şiddet Kodlamaları Üzerine Bir İnceleme**
YILMAZ R., ERDEM M. N.
Sanal Alem/Medya Şiddeti, Nurten Sargın, Editör, HEGEM YAYINLARI, Ankara, ss.370-381, 2018
- XI. **Şiddetin Sosyal Medyada Travmatik Dışavurumu: Ahlaki Panik Kavramı Ekseninde Netnografik Bir İnceleme**

ERDEM M. N., YILMAZ R.

Sanal Alem/Medya Şiddeti, NURTEN SARGIN, Editör, HEGEM YAYINLARI, Ankara, ss.193-216, 2018

XII. Alternatif Reklam Ortamları

YILMAZ R.

Gelenekselden Dijitale Reklam Mecraları, ÇAKIN ÖMER, Editör, Literatürk Yayınları, Konya, ss.256-274, 2018

XIII. Önsöz

YILMAZ R.

Halkla İlişkilerden, Sosyal MedyadanTurizme: Transmedya Hikâyeciliği, ERCAN AKTAN, Editör, Literatürk, Konya, ss.5-7, 2018

XIV. Oyuniçi Reklamcılık ve Reklamoyunlar

YILMAZ R., EBULFETOĞLU Ü.

Gelenekselden Dijitale Reklam Mecraları, ÇAKIN ÖMER, Editör, Literatürk Yayınları, Konya, ss.243-254, 2018

XV. Narrative Advertising Models and Conceptualization in the Digital Age

YILMAZ R.

IGI-Global, Hershey, 2017

XVI. Sosyal Medya Çağında Türkiye’de Reklam ve Reklam Anlatıları

YILMAZ R., ERDEM M. N.

Sosyal Medya İletişimi, Erdem Taşdemir, Emre Ş. Aslan, Editör, Gece Kitaplığı, ss.91-114, 2017

XVII. Historical Transformation of the Advertising Narration in Turkey: From Stereotype to Digital Media

YILMAZ R., ÇAKIR A., RESULOĞLU F.

Narrative Advertising Models and Conceptualization in the Digital Age, YILMAZ RECEP, Editör, IGI-Global, Hershey, ss.133-152, 2017

XVIII. A Model for Interactive Advertising Narration

RESULOĞLU F., YILMAZ R.

Narrative Advertising Models and Conceptualization in the Digital Age, Yılmaz, Recep, Editör, IGI-Global, Hershey, ss.1-20, 2017

XIX. 150 Soruda Geleneksel ve Dijital Reklamcılık

YILMAZ R., ERDEM M. N.

Umuttepe Yayınları, Kocaeli, 2016

XX. Senaryo Nasıl Yazılır? Nasıl Yazıyorlar?

İLERİALKAN D., YILMAZ R.

Alfa Yayınları, İstanbul, 2015

XXI. Handbook of Research on Effective Advertising Strategies in the Social Media Age

TAŞKIRAN M. N., YILMAZ R.

IGI-Global, Hershey, 2015

XXII. The Role of Social Media Strategies in Competitive Banking Operations Worldwide

TAŞKIRAN M. N., YILMAZ R., BOLAT N.

Social Media and Networking Concepts Methodologies Tools and Applications, Information Resources Management Association, Editör, IGI-GLOBAL YAYINLARI, Hershey, ss.180-217, 2015

XXIII. A Model for Mind-Device Dialectic and the Future of Advertising in the Social Media Age

YILMAZ R., TAŞKIRAN M. N.

Handbook of Research on Effective Advertising Strategies in the Social Media Age, Taşkiran Nurdan Öncel, Yılmaz Recep, Editör, IGI-Global, Hershey, ss.1-16, 2015

XXIV. Dil, Söylem ve Liderlik

YILMAZ R., ALTIOK GÜREL P., FIRLAR N.

Liderlik ve Çağdaş Boyutları, Pinar Altok Gürel, Recep Yılmaz, Editör, Derin Yayınları, İstanbul, ss.245-264, 2014

XXV. Liderlik Tipolojileri Üzerine Bir İnceleme

YILMAZ R., ŞAHİN A.

Liderlik ve Çağdaş Boyutları, Pinar Altok Gürel, Recep Yılmaz, Editör, Derin Yayınları, İstanbul, ss.1-34, 2014

XXVI. 99 Soruda Reklam ve Reklamcılık

TAŞKIRAN M. N., YILMAZ R.

Derin Yayınları, İstanbul, 2013

- XXVII. **The Role of Social Media Strategies in Competitive Banking Operations Worldwide**
TAŞKIRAN M. N., YILMAZ R., BOLAT N.
Global Strategies in Banking and Finance, Hasan Dinçer, Ümit Hacıoğlu, Editör, IGI-Global, New Jersey, ss.304-340, 2013
- XXVIII. **A Model Proposal for Advertising Aestheticization**
YILMAZ R., TAŞKIRAN M. N.
Globalization and Governance in the International Political Economy, Ümit Hacıoğlu, Hasan Dinçer, Editör, IGI-Global, Hershey, ss.264-272, 2013
- XXIX. **The Financial Implications of Corporate Social Responsibility in the Banking Sector**
DİNÇER H., ÇELİK İ. E., YILMAZ R., HACIOĞLU Ü.
Managerial Issues in Finance and Banking, Hasan Dinçer, Ümit Hacıoğlu, Editör, Springer, Londrina, ss.197-207, 2013
- XXX. **Reklâmcılığın Anahtar Kavramları**
SERTTAŞ ERTİKE A., YILMAZ R.
Kitabevi Yayınları, İstanbul, 2011
- XXXI. **Meta Communication Concept and the Role of Mass Media in Knowledge Building Process for Distance Education**
DEMİRAY U., TAŞKIRAN M. N., YILMAZ R.
Meta Communication for Reflective Online Conversations Models for Distance Education, Uğur Demiray, Gülsün Kurubacak, T. Volkan Yüzer, Editör, IGI Global, HERSHEY, ss.249-264, 2011
- XXXII. **İnsan Gerçekliği ve Medya: Gerçekliğin İnşasında Medyanın İşlevsel Konumu Üzerine Bir Çözümleme**
TAŞKIRAN M. N., YILMAZ R.
Medya Eleştirileri 2007 Gerçeğin Dışındakiler, Can Bilgili, Nesrain Tan Akbulut, Editör, Beta Yayınları, İstanbul, ss.9-37, 2007

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Şiddetin Sosyal Medyada Travmatik Dışavurumu: Ahlaki Panik Kavramı Ekseninde Netnografik Bir İnceleme**
ERDEM M. N., YILMAZ R.
Şiddet ve Sosyal Travmalar Uluslararası Kongresi, Samsun, Türkiye, 26 - 28 Nisan 2018, ss.196-217
- II. **Ürün Yerleştirmede Renk ve Dizi Karakteri Üzerinden İlişkisel Sunum: İstanbullu Gelin Dizisi Örneği**
BOLAT N., YILMAZ R.
2nd International Conference on New Trends in Communication :Entertainment and Product Placement, İstanbul, Türkiye, 3 - 04 Mayıs 2018, ss.191-196
- III. **Türkiye’de Reklam Anlatısının Dijital Çağdaki Yapısal Dönüşümü**
YILMAZ R.
1stInternational Conference on New Trends in Communication, İstanbul, Türkiye, 4 - 05 Mayıs 2017, ss.260-267
- IV. **Reklamlarda Bir Anlatı Ögesi Olarak Kadın İmgisinin Kullanımı**
YILMAZ R.
4th International Congress on Social Sciences, China to Adriatic, Gaziantep, Türkiye, 12 - 14 Mart 2017, ss.23