

ÖZGEÇMİŞ

1. **Adı Soyadı** : Burcu ZEYBEK
2. **Doğum Tarihi** : 10.12.1985
3. **Unvanı** : Dr. Öğr.Üyesi
4. **Öğrenim Durumu** : Doktora
5. **Yabancı Dil** : İngilizce
- Puan** : 67,50

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Kocaeli Üniversitesi	2009
Y. Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Kocaeli Üniversitesi	2011
Doktora	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	İstanbul Üniversitesi	2015

Doktora Tezi: Türkiye’de Gazetelerin Yayınladığı Siyasal Reklamlarda Retorik Figürlerin Kullanımı

Yüksek Lisans Tezi: Kent markalaşması sürecinde iletişim temelli faaliyetlerinin analizi: İstanbul 2010 Avrupa kültür Başkenti

Akademik Unvanlar:

Dr. Öğr. Üyesi, Doğu Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, Mayıs 2020 –

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Şubat 2016 – Nisan 2019.

Araş. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Nisan 2015- Şubat 2016

Araştırma Görevlisi, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kasım 2012- Nisan 2015

Yayımlar

Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

- DOĞU, ÖZTÜRK, İ. ve ZEYBEK, B. (2020). Siyasal İletişim Kampanya Aracı Olarak Video İçerik Paylaşım Ağı YouTube: 23 Haziran 2019 İstanbul Yerel Seçimi Üzerine Bir Değerlendirme. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, (35) , 92-114. DOI: 10.17829/turcom.600528
- ZEYBEK, B.(2020). Mitinglerde Siyasal Retoriğin Kullanımı: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri. Intermedia International E-Journal(12), 191-203.

- ZEYBEK B.,GÜL D. (2016). A view on countries' tourism logos, slogans, contents and figural characteristics within the concept of country identity. INFORMACIJOS MOKSLAI(76), 26- 44., Doi: <https://doi.org/10.15388/Im.2016.76.10380>

Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (Proceedings) basılan bildiriler

- ZEYBEK, B. (2019). Dijital Dönüşüm Çağında Sohbet Robotlar Üzerine bir Derleme. 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu, 137-137. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum).
- ZEYBEK B. (2019). Tüketim Kültürü Bağlamında Reklam Mesajlarının Dönüşümü. 3.Uluslararası Sanat ve Estetik Sempozyumu, 283-284. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum).
- ZEYBEK, B. (2019). Identity Development Process In City Branding: A Research Proposal For Alanya. 4TH INTERNATIONAL SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS (Özet Bildiri/Sözlü Sunum).
- ZEYBEK, B., GÜL D. (2016). A Review of Country Identities Based on Tourism Logos a Research on European Countries. Communication and information sciences in network society: experience and insights. III (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)
- ZEYBEK, .(2015). A Study On The Political Communication Activities Of Political Parties In Turkey On Websites. VIII. EUROPEAN CONFERENCE ON SOCIAL AND BEHAVIORAL SCIENCES, 141-141. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum).
- GÜL, D., ZEYBEK B. (2015). Analysing Country Branding Campaigns Through Introduction Films A Study On Brand Personality of Turkey. ICA Regional Conference Expanding Communication:Old Boundaries and New Frontiers (Özet Bildiri/Sözlü Sunum).
- VARLI, B. (2014). A Semiotic Analysis On Political Advertisements. 1. International Science Communication Media Studies Congress, 98-98. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum).

Uluslararası Kitaplar veya Kitaplarda Bölümler

- ZEYBEK, B. (2017). A Study On The Political Communication Activities Of Political Parties In Turkey On Websites, H. Arslan, M.A. İçbay ve C. Ruggiero (Ed.) Communication Media Researches içinde, E-BWN, ISBN:978-83-943963-3-6.
- ZEYBEK, B. (2016). An Empirical Study on Trust in Political Leaders, A. Okay (Ed.) Trust in Communication Management içinde. PeterLang, ISBN:978-3-631-67537-3

Ulusal Kitap- Kitapta Bölüm

- ZEYBEK, B. (2016). Siyasal Reklam İkna ve Retorik, İstanbul: Beta Yayınları. ISBN:978-605-333-613-6
- ZEYBEK, B. (2019). Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Ülke Markalama, O. Göksu (Ed.). Kamu Diplomasisinde Yeni Yönelimler içinde, Konya: Literatürk Academia, ISBN:978-605-337-219-6.
- ZEYBEK, B. (2016). Kent Markalaşması ve Reklam, S. Mengü (Ed.). Reklamı Anlamlandırmak içinde, İstanbul: Der Yayınları, ISBN:978-605-4993-68-0.
- ZEYBEK, B. (2016). Marka İmajının Oluşumunda Reklamın Yeri, A.Z. Özgür ve A. İşman (Ed.), İletişim Çalışmaları 2016 içinde, ISBN:978-605-4735-87-7,
- ZEYBEK, B. (2015). Louis Althusser'in İdeoloji Söylemi Üzerine Bir Değerlendirme, A.Z. Özgür ve A. İşman (Ed.), İletişim Çalışmaları 2015 içinde, ISBN:978-605-4735-65-5.

Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

- ZEYBEK, B. (2020). Siyasal Kampanyaların Geleceğinde Veri Temelli Yönelimler. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi(33), 54-72. (Kontrol No: 6309369).
- ZEYBEK, B. (2020). Siyasal Reklamlardaki Dil Kullanımı: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri. Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi, 13(30), 936-954., Doi: 10.12981/mahder.720573
- ZEYBEK, B. (2019). Ülke Marka Kisilikleri Üzerine Bir Analiz: "Turkey Home" Kampanyası. Erciyes İletişim Dergisi, 6(2), 1325-1340.
- ZEYBEK, B. (2016). An Analysis of Identities In the Context of Cultural Encounters. AJIT-e, 7(25), 103-122., Doi: 10.5824/1309-1581.2016.4.006.x.
- ZEYBEK, B. (2016). Kuruluşlara Ait Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının İşyeri Sahipleri Tarafından Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma. Atatürk İletişim Dergisi(11), 35-53.
- ZEYBEK, B. (2015). 30 Mart 2014 Yerel Seçimlerinde Gazetelerde Yayınlanan Siyasa Reklamlar Üzerine Bir İnceleme. Erciyes Akademia, 4(2), 66-84.

Projeler

- Erasmus Öğrencilerinin Ülkemizdeki Sorunlarına İlişkin Çözümüne Yönelik Oryantasyon Kısa Filmleri, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel Araştırma projesi, Araştırmacı: ZEYBEK B. Yürütücü: SEZER N. Araştırmacı: GÜL Ünlü.D. 02/03/2015 - 22/11/2016 (ULUSAL)
- A Review of Country Identities Based on Tourism Logos a Research on European Countries, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, Yürütücü: ZEYBEK, B. ,Araştırmacı: GÜL ÜNLÜ D., , 23/03/2016 - 11/06/2016 (ULUSAL)

İdari Görevler

- Farabi Bölüm Koordinatörü, 2018-2019
- Halkla İlişkiler Uygulama Birimi Sorumlusu 2016.
- Araştırma Görevlisi Temsilcisi 2015-2016.

Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler

- ECREA 2018- Devam ediyor

VERİLEN DERSLER

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Kodu/Adı	Ders Saati			Öğrenci Sayısı
			T	U	A	
2019-2020	Bahar	Kişilerarası İletişim	2	0	3	25
2019-2020	Bahar	Kişilerarası İletişim	2	0	3	50
2019-2020	Bahar	Kitle İletişim	3	0	4	24
2016-2017	Güz	Algı Yönetimi	3	0	5	205
2015-2016	Güz	Kurumsal Kimlik	3	0	5	12
2015-2016	Güz	Etkileşimli Halkla İlişkiler (YL)	3	0	5	10
2015-2016	Güz	Mezuniyet Projesi	3	0	5	10