

Dr. Öğretim Üyesi EROL DÖNEK

E-posta: erol.donek@amasya.edu.tr

Kurum: Amasya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu / Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü /
Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Prog.



Uluslararası Araştırmacı ID'leri

YÖKSİS Araştırmacı ID: 292820

Eğitim Bilgileri

I. İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ · Doktora · Yurt İçi · 2018–2024 · SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ · HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM (DR) · Marka kent oluşturma sürecinde paydaşların etkinliğinin ve üniversite öğrencilerinin algılarının Amasya örneği üzerinden değerlendirilmesi (2018–2024)

II. SELÇUK ÜNİVERSİTESİ · Yüksek Lisans · Yurt İçi · 2014–2017 · SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ · HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM (YL) (TEZLİ) · Bir halkla ilişkiler aracı olarak sosyal medya kullanımı: Atiker Konyaspor kulübü örneği (2014–2017)

III. SELÇUK ÜNİVERSİTESİ · Lisans · Yurt İçi · 2010–2014 · İLETİŞİM FAKÜLTESİ · HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ (2010–2014)

Araştırma Alanları

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Temel Alanı · Halkla İlişkiler

Makaleler

I. MİCHELİN YILDIZLI RESTORANLARIN MARKA İLETİŞİMİ BAĞLAMINDA INSTAGRAM KULLANIMININ İNCELENMESİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ (2026)

DÖNEK EROL

II. 'Made in Türkiye' İmajını Güçlendirmek: Turquality Programının Marka Diploması Çerçevesinde Değerlendirilmesi (2026)

DÖNEK EROL

III. The Relationship Between the Festival Attributes and Perceived Destination Branding: A Case Study from Amasya Turkish Cuisine Festival (2023)

DAŞKIN MUSTAFA, PALA KENAN, AVŞAR MELAHAT, DÖNEK EROL

IV. Şehir Markalaşması Sürecinde Tarihi Yapıların Çevre Sorunlarının İncelenmesi: Konya-Selçuklu Medreseleri (2019)

DÖNEK EROL, ÖZKAYNAK YOLCU MERVE

V. Konya'daki İnşaat Firmalarının Facebook Kullanımlarının Halkla İlişkiler Perspektifinden Değerlendirilmesi (2018)

DÖNEK EROL, ÖZKAYNAK MERVE, ULUSOY MİNE

VI. Şehir Markalaşmasında Tarihi Yapıların Rolü: Konya-Selçuklu Yapıları (2018)

ÖZKAYNAK YOLCU MERVE, ULUSOY MİNE, DÖNEK EROL

Bildiriler

I. 'Made in Türkiye' İmajını Güçlendirmek: Turquality Programının Marka Diploması Çerçevesinde Değerlendirilmesi (2025)

DÖNEK EROL

II. İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜKLERİNİN INSTAGRAM KULLANIMLARININDİJİTAL PAZARLAMA KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ:TR83 BÖLGESİ ÖRNEĞİ (2020)

DÖNEK EROL

III. Türkiye'deki Üniversitelerin Instagram Kullanımlarının Kurumsal İletişim Açısından Değerlendirilmesi (2020)

AYDOĞAN CEYLAN ZEYNEP,DÖNEK EROL

IV. Konya'daki İnşaat Firmalarının Sosyal Medya Kullanımlarının Halkla İlişkiler Perspektifinden Değerlendirilmesi (2018)

DÖNEK EROL, ÖZKAYNAK YOLCU MERVE, ULUSOY MİNE

V. Şehir Markalaşmasında Tarihi Yapıların Rolü: Konya-Selçuklu Yapıları (2018)

ÖZKAYNAK YOLCU MERVE, ULUSOY MİNE, DÖNEK EROL

VI. Şehir Markalaşmasında Tarihi Yapıların Çevre Sorunlarının İncelenmesi: Konya-Selçuklu Mimari Yapıları Örneği (2018)

ÖZKAYNAK YOLCU MERVE, DÖNEK EROL

Kitaplar

I. Türkiye'nin Gastrodiplomasi Modeli: Sofra ve Miras (2026)

DÖNEK EROL, SALİ MEHMET

II. Türkiye Markası - Yerelden Küresele 21. Yüzyıl İçin Stratejik Yol Haritası (2026)

DÖNEK EROL

III. Marka Şehir Yönetimi - Amasya'nın Markalaşma Sürecinde Paydaşların Rolü ve Şehir İmajı (2025)

DÖNEK EROL

IV. Dijital Çağda Pazarlama İletişimi (2021)

DÖNEK EROL