

SALİHA UYAK ÇELİK

ÖĞRETİM GÖREVLİSİ

E-Posta Adresi : salihauyakcelik@beykoz.edu.tr
Telefon (İş) :
Telefon (Cep) :
Adres :

Öğrenim Bilgisi

Doktora 2020	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/PAZARLAMA (DR)/
Yüksek Lisans 2014 4/Şubat/2015	YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ/SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/İŞLETME YÖNETİMİ (YL) (TEZSİZ) (İÖ)/
Yüksek Lisans 2017 27/Temmuz/2020	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/PAZARLAMA (YL) (TEZLİ)/ Tez adı: Pazarlama 4.0 açısından doğal reklamların incelenmesi ve marka farkındalığına etkisi üzerine bir araştırma (2020) Tez Danışmanı:(ÖZLEN ONURLU)
Lisans 2008 3/Temmuz/2012	KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İÖ)/

Akademik Görevler

ÖĞRETİM GÖREVLİSİ 12.02.2024	BEYKOZ LOJİSTİK MESLEK YÜKSEKOKULU/BEYKOZ LOJİSTİK MESLEK YÜKSEKOKULU/PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
ÖĞRETİM GÖREVLİSİ 16.10.2023-12.02.2024	BEYKOZ LOJİSTİK MESLEK YÜKSEKOKULU/BEYKOZ LOJİSTİK MESLEK YÜKSEKOKULU/DIŞ TİCARET BÖLÜMÜ/DIŞ TİCARET PR. (TAM BURLU)
ARAŞTIRMA GÖREVLİSİ 17.02.2020-13.03.2023	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İNGİLİZCE) (TAM BURLU)

Dersler *

Öğrenim Dili Ders Saati

2023-2024

Önlisans

GENEL EKONOMİ	Türkçe	8
SERBEST BÖLGELER VE DIŞ TİCARET TEŞVİKLERİ	Türkçe	4
GÜMRÜK İŞLEMLERİ	Türkçe	6
TÜRKİYE EKONOMİSİ VE AVRUPA BİRLİĞİ	Türkçe	4
DİJİTAL PAZARLAMA İLETİŞİMİ VE STRATEJİLERİ	Türkçe	3

C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

1. Pazarla-Ma Teoriden Pratiğe, Bölüm adı:(PAZARLAMAYA YENİ ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR AÇISINDAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN VE GÖNÜLLÜ SADELİĞİN TÜKETİCİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ) (2022)., ONURLU ÖZLEN, UYAK ÇELİK SALİHA, Kandemir Çomoğlu Gözde, EfeAkademi Yayınları, Editör:BAŞ Mehmet, ERDOĞAN TARAKÇI İnci, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 254, ISBN:978-605-71382-1-7, Türkçe(Bilimsel Kitap) (Yayın No: 7664048)

D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :

1. ONURLU ÖZLEN, UYAK ÇELİK SALİHA (2021). Pazarlama 4.0 Açısından Doğal Reklamların İncelenmesi ve Marka Farkındalığına Etkisi Üzerine Bir Araştırma (A Research on the Investigation of Native Advertisements in terms of Marketing 4.0 and Its Effect on Brand Awareness). Journal of Business Research - Turk, 13(4), 2927-2944., Doi: 10.20491/isarder.2021.1299 (Kontrol No: 7367258)

Üniversite Dışı Deneyim

17.02.2020- 13.03.2023	ARAŞTIRMA GÖREVLİSİ	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ, (Ticari (Özel))
10.06.2019- 17.02.2020	Customer Service Executive	SchlegelGiesse, (Ticari (Özel))
12.12.2012- 15.09.2017	Domestic and Export Operation Executive	FEDERAL MOGUL POWERTRAIN OTOMOTİV A.Ş., (Ticari (Özel))