

Arş. Gör. KÜBRA KARAPINAR EYVEL

Kişisel Bilgiler

E-posta: k.karapinar@iku.edu.tr

Web: <https://avesis.iku.edu.tr/k.karapinar>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-9602-4319

Yoksis Araştırmacı ID: 239475

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler (Dr), Türkiye 2019 - Devam Ediyor

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler (YI) (Tezli), Türkiye 2015 - 2019

Lisans, Bahçeşehir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, Türkiye 2010 - 2015

Yaptığı Tezler

Yüksek Lisans, HALKLA İLİŞKİLER ALGISI: ALAN ÖĞRENCİLERİNİN VE SEKTÖR UYGULAYICILARININ MESLEĞE İLİŞKİN ALGILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler (YI) (Tezli), 2019

Akademik Unvanlar / Görevler

Araştırma Görevlisi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Sanatları Bölümü, 2015 - Devam Ediyor

Akademik İdari Deneyim

Mezunlarla İlişkiler Komisyonu Üyesi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Sanatları, 2023 - Devam Ediyor

Staj Komisyonu Üyesi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Sanatları, 2022 - Devam Ediyor

İntibak/Muafiyet Komisyonu Üyesi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Sanatları, 2020 - Devam Ediyor

Ders/Sınav Planlama Fakülte/MYO Sorumlusu, İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Sanatları, 2018 - Devam Ediyor

Kitaplar

- HALKLA İLİŞKİLER VE MEDYA ARASINDAKİ İLİŞKİYİ TANIMLAMAK: NİMET Mİ LANET Mİ?**
KARAPINAR EYVEL K.
İLETİŞİMİN YÖNETİCİSİ HALKLA İLİŞKİLER, Özgen, Ebru, Editör, Himalaya, İstanbul, ss.81-102, 2022
- PANDEMİ SÜRECİNDE SAĞLIK İLETİŞİMİ: TÜRKİYE'DEKİ SAĞLIK STK'LARI PANDEMİ SÜRECİNDE SOSYAL MEDYAYI NASIL KULLANIYOR?**
KARAPINAR EYVEL K.

SAĞLIK İLETİŞİMİ SALGIN DÖNEMİNDE ÖNLEYİCİ İLETİŞİM FAALİYETLERİ, MELDA CİNMAN, Editör, DER YAYINLARI, İstanbul, ss.167-181, 2021

III. **Eleştirel Aklın Işığında Kurumların İletişim Çalışmalarına Post-Modernist Yaklaşım: Tüketiciler Markaları Nasıl ve Nerede Sorguluyor?**

KARAPINAR K.

Postmodernizmin İz Düşümleri, Ekin Volkan, Editör, Kriter, İstanbul, ss.179-191, 2020

Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler

I. **PANDEMİ SÜRECİNDE MARKALARIN VAR OLMA ÇABALARI: MARKALARIN KORONA VİRÜS DÖNEMİNDE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ PAZARLAMA İLETİŞİM ÇALIŞMALARINA GENEL BİR BAKIŞ**
KARAPINAR EYVEL K.

17th International Symposium Communication in the Millennium, Türkiye, 05 Kasım 2020, ss.140

II. **SOSYAL MEDYADA SOSYAL SORUMLULUĞUN YANSIMALARI VE İTİBARA ETKİSİ: FİLLİ BOYA'NIN OZGECANİCİN SOSYAL MEDYA ÇALIŞMASI İLE İLGİLİ GERİ BİLDİRİMLERİN İNCELENMESİ**
KARAPINAR K.

5. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi, 2 - 03 Kasım 2018, cilt.3, ss.384-404

Metrikler

Yayın: 6