

## Prof.Dr. Mehmet Serdar ERCİŞ



### Kişisel Bilgiler

Web: <https://avesis.atauni.edu.tr/mserdarercis>

Posta Adresi: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölümü Erzurum

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: x7kDhucAAAAJ

ORCID: 0000-0003-1007-9085

Yoksis Araştırmacı ID: 123538

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, Türkiye 1991 - 1995

### Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

### Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, Kitle İletişimi ve Araçları, Halkla İlişkiler, Reklamcılık ve Tanıtım, İletişim Bilimleri

### Akademik Unvanlar / Görevler

Prof.Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 1985 - Devam Ediyor

### Akademik İdari Deneyim

Fakülte Yönetim Kurulu Üyesi, Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım, 2020 - Devam Ediyor

Fakülte Kurulu Üyesi, Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım, 2020 - Devam Ediyor

Performans Değerlendirme Komisyonu Üyesi, Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım, 2020 - Devam Ediyor

Akademik Performans D. Kurulu Üyesi, Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım, 2020 - Devam Ediyor

Akreditasyon, Sürekli Gelişim ve Yenilenme Kurulu Üyesi, Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım, 2019 - Devam Ediyor

Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 2011 - 2018

Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 2017 - 2017

Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 2011 - 2015

Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 2012 - 2014

## Verdiği Dersler

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, Lisans, 2021 - 2022  
PAZARLAMA AMAÇLI HALKLA İLİŞKİLER, Lisans, 2021 - 2022  
MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, Doktora, 2021 - 2022  
BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Lisans, 2021 - 2022  
PAZARLAMA AMAÇLI HALKLA İLİŞKİLER, Yüksek Lisans, 2021 - 2022  
MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, Lisans, 2021 - 2022  
PAZARLAMA AMAÇLI HALKLA İLİŞKİLER, Lisans, 2021 - 2022  
BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Lisans, 2021 - 2022  
EKONOMİ, Lisans, 2021 - 2022  
EKONOMİ, Lisans, 2021 - 2022  
PAZARLAMADA YENİ YAKLAŞIMLAR, Lisans, 2021 - 2022  
Danışmanlık, Lisans, 2020 - 2021  
PAZARLAMAYA GİRİŞ, Lisans, 2021 - 2022  
MARKA YÖNETİMİ, Lisans, 2021 - 2022  
PAZARLAMADA YENİ YAKLAŞIMLAR, Lisans, 2021 - 2022  
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Lisans, 2021 - 2022  
PAZARLAMAYA GİRİŞ, Lisans, 2021 - 2022  
HİZMET PAZARLAMASI, Doktora, 2021 - 2022  
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Lisans, 2021 - 2022  
MARKA YÖNETİMİ VE İLETİŞİM, Yüksek Lisans, 2021 - 2022  
Mezuniyet Projesi II, Lisans, 2020 - 2021  
İşletmelerde Performans Yönetimi, Lisans, 2020 - 2021  
MARKA YÖNETİMİ, Lisans, 2021 - 2022  
Satış Yönetimi, Lisans, 2020 - 2021  
Mezuniyet Projesi I, Lisans, 2020 - 2021  
Hizmet Pazarlaması, Lisans, 2020 - 2021  
Müşteri İlişkileri Yönetimi, Lisans, 2018 - 2019  
Uzmanlık Alan Dersi , Lisans, 2018 - 2019  
Müşteri İlişkileri Yönetimi, Lisans, 2018 - 2019

## Yönetilen Tezler

Erciş M. S., KAVRAM ANLAM SEMBOL İLİŞKİLERİ AÇISINDAN İLETİŞİM SOSYOLOJİSİNDE SOSYOKÜLTÜREL BAŞARI PARAMETRELERİ ÖLÇEĞİ, Doktora, N.ERGÜL(Öğrenci), Devam Ediyor  
Erciş M. S., Bakü, Tiflis, Kars Hattı Bağlamında Türkiye'nin Konumunun Pazarlama Açısından Değerlendirilmesi, Doktora, H.ÖZAYDIN(Öğrenci), Devam Ediyor  
Erciş M. S., E-TİCARET, Doktora, O.CANAN(Öğrenci), Devam Ediyor  
Erciş M. S., PRESENTEEİSM (İŞYERİNDE VAR OLAMAMA) OLGUSU, Yüksek Lisans, Ö.FARUK(Öğrenci), Devam Ediyor  
Erciş M. S., Emoji Pazarlaması: Markaların Kullanım Tercihlerinin Tüketicilerin Sosyal Medya Kullanımlarına Yansımaları, Doktora, O.KÖPRÜCÜ(Öğrenci), Devam Ediyor  
Erciş M. S., ÖZEL YÜKSEK ÖĞRETİM ÖĞRENCİ YURTLARINDA HİZMET KALİTESİ KAPSAMINDA ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ : ERZURUM ÖNCÜ ERKEK YURDU ÖRNEĞİ, Yüksek Lisans, M.REŞİT(Öğrenci), Devam Ediyor  
Erciş M. S., ÖRGÜTSEL İLETİŞİMİN ÖRGÜT AÇISINDAN ÖNEMİ, Yüksek Lisans, M.TUNÇDEMİR(Öğrenci), Devam Ediyor  
Erciş M. S., SOSYAL MEDYANIN TÜKETİCİLERİN SATINALMA DAVRANIŞLARINA ETKİSİ VE Bir UYGULAMA, Doktora, H.AĞDEMİR(Öğrenci), 2022  
Erciş M. S., Eğitim Sektöründe Veri Tabanı Pazarlaması ve Atatürk Üniversitesinde Bir Uygulama, Doktora, H.Nur(Öğrenci), 2022

Erciş M. S., KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA AB'NİN TÜRKİYE CUMHURİYETİ'NE YÖNELİK HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ, Doktora, E.TERZİOĞLU(Öğrenci), 2022

Erciş M. S., ORTAÖĞRETİM KURUMLARININ KURUM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ VE ERZURUM İLİNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, M.ZIVALI(Öğrenci), 2021

Erciş M. S., E - Ticaret ve E - Ticarete Karşılaşılan Sorunlar: Gümüşhane İlinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans, O.CANAN(Öğrenci), 2021

Erciş M. S., ALGILANAN İŞ STRESİNİN İLETİŞİM BECERİLERİNE ETKİSİNDE DUYGUSAL ZEKANIN ROLÜ; ERZURUM SAĞLIK SEKTÖRÜNE YÖNELİK BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, K.ÇELİK(Öğrenci), 2021

Erciş M. S., PAZARLAMA AÇISINDAN TANAP PROJESİ VE AZARBEYCAN UYGULAMASI, Yüksek Lisans, H.SAFAROW(Öğrenci), 2021

ERCİŞ M. S., TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA PAZARLAMA HALKLA İLİŞKİLERİ ARAÇLARININ KADIN TÜKETİCİLERİN MARKA DEĞERİ ALGILARINA ETKİSİ: BOLU İLİNDE BİR UYGULAMA, Doktora, A.KALAFAT(Öğrenci), 2019

Erciş M. S., SAĞLIK PAZARLAMASI GAZİANTEP İLİ SAĞLIK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, H.AGDEMİR(Öğrenci), 2018

ERCİŞ M. S., Instagramın Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkileri İstanbul İlinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans, Y.UĞUZ(Öğrenci), 2017

ERCİŞ M. S., Üniversite Şehir İlişkisi: Üniversitelerin Şehirlere Olan Sosyal ve Kültürel Etkileri; Bayburt Üniversitesi ve Bayburt İli, Doktora, G.KÖMÜR(Öğrenci), 2017

ERCİŞ M. S., Pazarlama Halkla İlişkileri Araçlarının Kadın Tüketicilerin Marka Değerini Etkileme Düzeyi Ve Erzurum Alışveriş Merkezlerinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans, E.TAŞTAN(Öğrenci), 2016

ERCİŞ M. S., TÜRKİYEDE BELGESEL FİLM PAZARLAMASI VE BELGESEL FİLM PAZARLAMASINDA KARŞILAŞILAN TEMEL SORUNLAR, Doktora, M.BULUT(Öğrenci), 2016

ERCİŞ M. S., Satış elemanının iletişimde başarı unsurlarının satın alma karar sürecinde etkisi, Yüksek Lisans, L.sürbahanlı(Öğrenci), 2016

ERCİŞ M. S., KURUM İMAJI VE ERZİNCAN ÜNİVERSİTESİNİN KURUM İMAJININ BELİRLENMESİNE İLİŞKİN BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, Z.EKMEKÇİ(Öğrenci), 2016

ERCİŞ M. S., Kadın tüketicilerin pazarlama karmasına ilişkin marka değer algıları 2016, Yüksek Lisans, H.Nur(Öğrenci), 2016

ERCİŞ M. S., Kadın ve erkek tüketicilerin reklam mesajlarına karşı tutumlarının karşılaştırılması, Yüksek Lisans, O.Köprücü(Öğrenci), 2016

ERCİŞ M. S., Otomobil pazarında, pazarlama amaçlı halkla ilişkiler araçlarının satınalma kararlarına etkisi ve otomobil sektöründe bir uygulama 2016, Yüksek Lisans, D.SUNGUR(Öğrenci), 2016

ERCİŞ M. S., E-ticarete müşteri ilişkileri yönetiminin önemi ve müşteri beklentilerine ilişkin bir uygulama, Yüksek Lisans, Z.TEKİN(Öğrenci), 2015

ERCİŞ M. S., Müşteri ilişkileri yönetimi ve telekomünikasyon sektöründe bir uygulama 2013 Tamamlandı, Yüksek Lisans, F.ATAR(Öğrenci), 2014

## Jüri Üyelikleri

Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, Profesörlük Atama Jürisi, Profesörlük Atama Jürisi, Nisan, 2019

Doçentlik Sınavı, Doçentlik Sınav Jürisi, Doçentlik Sınav Jürisi, Nisan, 2019

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. (akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi) ... Sayfa 1154 Cilt: 6 Sayı: 4 Yıl: 2022 DEMİRYOLU YÜK TAŞIMACILIĞI HİZMET KALİTESİNİN FİRMALARIN PAZARLAMA PERFORMANSINA ETKİSİ  
Erciş M. S.  
Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi, cilt6, sa.4, ss.1154-1170, 2022 (Scopus)
- II. The Effect of Components of Corporate Reputation on the Reputation of Family Practice

Erciş M. S.

Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, cilt.20, sa.2, ss.231-252, 2022 (Hakemli Dergi)

- III. **Kurumsal İtibarın Bileşenleri ve Parametreleri Üzerine Deneysel Bir Çalışma Türkiye nin Öncü Kurumlarından Biri**  
Geçikli F., Erciş M. S., Okumuş M.  
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.20, ss.1551-1564, 2016 (Hakemli Dergi)
- IV. **Tüketicilerin mağaza imajı algıları ile mağaza sadakati arasındaki ilişkinin belirlenmesi Bir alışveriş merkezinde uygulama**  
Erciş M. S., Geçikli F., Kalafat Çat A.  
Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, cilt.1, ss.46-56, 2016 (Hakemli Dergi)
- V. **Green Marketing and the Green Product Buying Behaviors of Consumers: An Application in Atatürk University**  
ERCİŞ M. S., ÇAT A. K.  
ONLINE JOURNAL OF COMMUNICATION AND MEDIA TECHNOLOGIES, cilt.6, sa.2, ss.59-73, 2016 (ESCI)
- VI. **Green Marketing and the Green Product Buying Behaviors of Consumers: An Application in Atatürk University**  
ERCİŞ M. S.  
JOURNAL OF COMMUNICATION AND MEDIA TECHNOLOGIES, JOURNAL OF COMMUNICATION AND MEDIA TECHNOLOGIES, vol.6, 2016, cilt.2, sa.6, ss.59-73, 2016 (Hakemli Dergi)
- VII. **Green Marketing and the Green Product Buying Behaviors of Consumers: An Application in Atatürk University**  
ERCİŞ M. S.  
JOURNAL OF COMMUNICATION AND MEDIA TECHNOLOGIES, JOURNAL OF COMMUNICATION AND MEDIA TECHNOLOGIES, vol.6, 2016, cilt.2, sa.6, ss.59-73, 2016 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Pazarlama İletişiminde Marka Farkındalığı Ve Mizah İçerikli Televizyon Reklamlarının Marka Farkındalığına Etkileri Atatürk Üniversitesinde Bir Uygulama Yayınlanacak Makale 2016**  
ERCİŞ M. S., KALAFAT ÇAT A.  
Kafkas Üniversitesi. İ.İ.B.F Dergisi, cilt.7, ss.189-199, 2016 (Hakemli Dergi)
- IX. **Tüketicilerin Mağaza İmajı Algıları ile Mağaza Sadakati Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Bir Alışveriş Merkezinde Uygulama**  
ERCİŞ M. S.  
Abant Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.2, sa.1, ss.40-50, 2016 (Hakemli Dergi)
- X. **Tüketicilerin mağaza imajı algıları ile mağaza sadakati arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Bir alışveriş merkezinde uygulama**  
Erciş M. S., Geçikli F., Çat A. K.  
ABANT KÜLTÜREL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ, cilt.1, ss.46-56, 2016 (Hakemli Dergi)
- XI. **Kurumsal İtibarın Bileşenleri ve Parametreleri Üzerine Deneysel Bir Çalışma: Türkiye'nin Öncü Kurumlarından Biri**  
Geçikli F., Erciş M. S., Okumuş M.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ, cilt.20, ss.1549-1562, 2016 (Hakemli Dergi)
- XII. **The Significance Of Service Efficiency Analyses For Marketing Communications And Its Implementation On The Tourism Sector Using The Data Envelopment Analysis Method Pazarlama İletişimi Yönetimi Açısından Hizmet Etkinlik Analizlerinin Önemi ve VZA Yöntem**  
ERCİŞ M. S., DOĞAN A., SAİT SİNAN A., OKUMUŞ M., ÜN H.  
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.19, ss.349-360, 2015 (Hakemli Dergi)
- XIII. **The Interaction Between Perception Of The Brand Value Of The Woman Consumer And The Marketing Public Relations Tools And An Application In The GSM**  
ERCİŞ M. S., GEÇİKLİ F.  
The Journal of International Social Research, cilt.8, 2015 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Kadın Tüketicilerin Marka Tercihleriyle Halkla İlişkiler Destekli Pazarlama Mpr Araçları Arasındaki Etkileşim ve Gsm Sektöründe Bir Uygulama**

- ERCİŞ M. S., GEÇİKLİ F.  
Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.8, sa.37, 2015 (Hakemli Dergi)
- XV. **Pazarlama İletişimi Açısından İnsan Kaynakları Yönetimi**  
ERCİŞ M. S., GEÇİKLİ F., DOĞAN A.  
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, cilt.8, ss.139-156, 2015 (Hakemli Dergi)
- XVI. **The Significance Of Service Efficiency Analyses For Marketing Communications and Its Implementation On The Tourism Sector Using The Data Envelopment Analysis Method**  
Erciş M. S., Doğan A., Atılğan S. S., Okumuş M., Ün H.  
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.19, ss.349-360, 2015 (Hakemli Dergi)
- XVII. **The significance Of Service Efficiency Analyses For Marketing Communications And Its İplementation On The Tourism Sector Using The Data Envelopment Analysis Methot**  
ERCİŞ M. S., DOĞAN A., ATILGAN S. S., OKUMUŞ M., ÜN H.  
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, cilt.19, sa.1, ss.349-360, 2015 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Pazarlama İletişimi Uygulamaları Açısından İnsan Kaynakları Yönetiminin Müşteri Memnuniyeti ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri Doğu Anadolu Bölgesi İmalat Sektöründe Analitik Bir Uygulama**  
ERCİŞ M. S., GEÇİKLİ F., DOĞAN A.  
ATATÜRK İLETİŞİM DERGİSİ, ss.137-156, 2015 (Hakemli Dergi)
- XIX. **The Significance Of Service Efficiency Analyses For Marketing Communications And Its Implementation On The Tourism Sector Using The Data Envelopment Analysis Method**  
ERCİŞ M. S., DOĞAN A., OKUMUŞ M., ÜN H.  
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2015 (Hakemli Dergi)
- XX. **Genç Kullanıcıların Demografik Özellikleri İle Sosyal Paylaşım Ağlarına Yaklaşım Düzeyleri Arasındaki İlişki Ve Analitik Bir Uygulama**  
ERCİŞ M. S.  
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, ss.1-13, 2014 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Pazarlama Halkla İlişkileri MPR Araçlarının Tüketicilerin Marka Değerini Etkileme Düzeyi Ve Atatürk Üniversitesinde Bir Uygulama**  
ERCİŞ M. S.  
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.17, 2013 (Hakemli Dergi)
- XXII. **Pazarlama İletişimi Kapsamında Sponsorluk Faaliyetlerinin Önemi ve Bir Sponsorluk Uygulaması**  
ERCİŞ M. S.  
Marmara İletişim Fakültesi Dergisi, 2012 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **Factors Affecting Customer Attachment In The Marketing Communication And Its Implementation On Tourism Sector**  
ERCİŞ M. S.  
ONLINE JOURNAL OF COMMUNICATION AND MEDIA TECHNOLOGIES, ss.83-95, 2011 (ESCI)
- XXIV. **Importance Of Integrated Marketing Communication Components Regarding Brand Promotion And Their Effects On Company Performance An Empirical Research**  
ERCİŞ M. S.  
Journal Of Economics Business And ICT. London. United Kingdom., ss.13-21, 2011 (Hakemli Dergi)
- XXV. **Pazara Yönelik Hizmet Etkinliği ve Erzurum İlindeki Otomotiv Bayilerinin Hizmet Etkinliklerine Yönelik Bir Araştırma**  
ERCİŞ M. S.  
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.24, ss.161-175, 2010 (Hakemli Dergi)
- XXVI. **Müşteri Hizmet Sisteminin Bütünleşik Pazarlama İletişimi Açısından İncelenmesi Ve Türkiye deki Turkcell Çağrı Merkezlerinde Bir Uygulama**  
ERCİŞ M. S.  
Marmara İletişim Fakültesi Dergisi, 2010 (Hakemli Dergi)
- XXVII. **In Rome Do As The Romans Do And Covers Integrated Marketing Communication For The Local Market in Global Companies**

- ERCİŞ M. S.  
Journal Of Social Sciences, Near East University., ss.30-40, 2010 (Hakemli Dergi)
- XXVIII. **Pazarlama İletişiminde Motivasyonun Önemi ve Çok Uluslu Alışveriş Merkezi Örneği**  
ERCİŞ M. S.  
Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, ss.165-180, 2010 (Hakemli Dergi)
- XXIX. **Participant Marketing Communications Management And Its Implementation On The Multinational Lodging Businesses Located At The Ski Sites In Turkey**  
ERCİŞ M. S.  
European Journal Of Business And Economics, ss.32-38, 2010 (Hakemli Dergi)
- XXX. **Halk Eğitim Merkezlerinde Pazarlama Odaklı Hizmet Performans Ölçümü ve Doğu Anadolu Bölgesinde Bir Uygulama**  
ERCİŞ M. S.  
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, ss.321-331, 2009 (Hakemli Dergi)
- XXXI. **Kitle İletişim Aracı Olarak Medyanın Tüketicilerin Korunmasındaki Rolü ve Önemi**  
ERCİŞ M. S.  
Pazarlama Dünyası dergisi, ss.32-34, 2005 (Hakemsiz Dergi)
- XXXII. **Siber Uzak İletişimde Pazarlama ve Ürün Satışlarına Faydaları**  
ERCİŞ M. S.  
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2004 (Hakemli Dergi)
- XXXIII. **Halkla İlişkilerin Pazarlama İletişiminde Yeri ve Önemi**  
ERCİŞ M. S.  
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, ss.383-392, 2003 (Hakemli Dergi)
- XXXIV. **The Role and Importance Of The Communication İn The Process Of Motivation Of Sales Staff**  
ERCİŞ M. S.  
Journal Of Communication Faculty, İstanbul University, ss.523-531, 2003 (Hakemli Dergi)
- XXXV. **Halkla ilişkiler ve Pazarlamada Hizmet Kalitesi**  
ERCİŞ M. S.  
İSTANBUL UNIVERSİTESİ İLETİSİM FAKULTESİ DERGISİ, ss.561-568, 2002 (ESCI)
- XXXVI. **Hizmet Kalitesini Ve Tüketici Tatminini Artırmada Empatik İletişimin Rolü Ve Önemi**  
ERCİŞ M. S.  
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, ss.435-447, 2002 (Hakemli Dergi)
- XXXVII. **Örgüt İçi İletişimde Vizyoner Liderin Önemi**  
ERCİŞ M. S.  
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, ss.435-447, 2002 (Hakemli Dergi)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

- I. **MOBBİNGİN BİREYSEL-ÖRGÜTSEL-TOPLUMSAL ÖNCÜLLERİ VE ARDILLARI**  
Aydın M. D., Kök A. N., Karabulut K., Erciş M. S. (Editör)  
EĞİTİM YAYINEVİ, Konya, 2022
- II. **MOBBİNG OLGUSUNUN PAZARLAMA VE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**  
Erciş M. S.  
MOBBİNGİN BİREYSEL-ÖRGÜTSEL-TOPLUMSAL ÖNCÜLLERİ VE ARDILLARI, Prof. Dr. Mehmet Serdar Erciş Prof. Dr. Mehmet Dumlu Aydın Prof. Dr. Ahmet Nezih KÖK, Editör, EĞİTİM YAYINEVİ, Konya, ss.9-269, 2022
- III. **A New Approach in Social Media: Digital Marketing and Digital Marketing Channels**  
Erciş M. S.  
New Paradigms within the Communication Sciences, Enes Emre Başar and Pınar Bacaksız, Editör, Cambridge University Press, Cambridge (MA), USA , Cambridge, ss.38-52, 2021
- IV. **A New Approach in Social Media: Digital Marketing and Digital Marketing Channels**  
ERCİŞ M. S.

New Paradigms within the Communication Sciences, Enes Emre Başar and Pınar Bacaksız, Editör, Cambridge Scholars Publishing, Cambridge, ss.38-52, 2021

- V. **Korona Günlerinde Medya ve İletişim,**  
Erciş M. S.  
Covid-19 Salgını Sürecinde Yeni Medyada Üretilen Irk Temelli Nefret Söylemi: Eksisözlük Örneği, Rengim Sine Nazlı, Arzu Kalafat Çat, Editör, Eğitim Kitabevi, Konya, ss.227-249, 2020
- VI. **KOVID-19 SALGINI SÜRECİNDE YENİ MEDYADA ÜRETİLEN IRK TEMELLİ NEFRET SÖYLEMİ: EKŞİSÖZLÜK ÖRNEĞİ**  
ERCİŞ M. S., KALAFAT ÇAT A.  
KORONA GÜNLERİNDE MEDYA VE İLETİŞİM, RENGİM SİNE NAZLI, ARZU KALAFAT ÇAT, Editör, EĞİTİM YAYINEVİ, Konya, ss.227-250, 2020
- VII. **DİJİTALLEŞEN PAZARLAMA**  
ERCİŞ M. S.  
DİJİTAL REKLAMCILIK, DERYA ÖCAL HIDIR POLAT, Editör, NOBEL, İstanbul, ss.12, 2020
- VIII. **Müşteri İlişkileri Yönetimi**  
ERCİŞ M. S.  
Eser Yayıncılık, Erzurum, 2017
- IX. **Kurumsal Başarının Üç Anahatarı Pazarlama-Halkla İlişkiler-Reklam**  
ERCİŞ M. S.  
Eser Yayıncılık, Erzurum, 2017
- X. **Kriz Yönetimi**  
ERCİŞ M. S.  
Eser Yayıncılık, Erzurum, 2017
- XI. **MÜŞTERİ KAZANMA, ELDE TUTMA VE MÜŞTERİ YAŞAM BOYU DEĞERİ**  
ERCİŞ M. S.  
MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, PROF.DR. NACİ İSPİR, Editör, ATA-AÖF, Erzurum, 2017
- XII. **HALKLA İLİŞKİLERİN ÖRGÜT YAPISI**  
ERCİŞ M. S.  
HALKLA İLİŞKİLER, PROF.DR.FATMA GEÇİKLİ, Editör, ATA-AÖF, Erzurum, 2016
- XIII. **Halkla İlişkilerin Uygulama Alanı Olarak Sponsorluk**  
ERCİŞ M. S.  
Halkla İlişkiler, Prof.Dr.Fatma GEÇİKLİ, Editör, AÜ-AÖF, 2016
- XIV. **Kurumsal Başarının Üç Anahtarı**  
ERCİŞ M. S.  
Nobel, Ankara, 2013
- XV. **Pazarlama İletişiminde Temel Kavramlar**  
ERCİŞ M. S.  
Nobel, İstanbul, 2011
- XVI. **Halkla İlişkiler Ve Pazarlamada İnternet**  
ERCİŞ M. S.  
Halkla İlişkiler Kitabı Halkla İlişkiler, Ayla Okay, Mete Çamdereli, Ece Karadoğan,, Editör, İstanbul Üniversitesi Yayınları, ss.53-61, 2003

## **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

- I. **Yerel Görsel Medyada Yeralan Cinsel İçerikli Reklamların Üniversite Öğrencilerinin Marka Tercihi Üzerindeki Etkileri Ve Atatürk Üniversitesinde Bir Uygulama**  
ERCİŞ M. S.  
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Medya ve Mahremiyetin Sınırları Ulusal Sempozyumu, Türkiye, 16 - 18 Ekim 2013

- II. **The Activity Of Press In Reputation Management And The Importance Of Relations With The Press**  
ERCİŞ M. S.  
Journalism And Mass Communications (JMComm 2105) 4 th Annual International Conference Proceedings, 5 - 06 Ekim 2015
- III. **A Study Of The Websites Of Advertising Agencies In Turkey In Terms Of Marketing Communication**  
ERCİŞ M. S.  
Journalism And Mass Communications (JMComm 2105) 4 th Annual International Conference Proceedings, 5 - 06 Ekim 2015
- IV. **İletişim Odaklı Pazarlamada Davranışsal Süreç Modeli Ve Ürün Tanıtımında Kullanılan Mizah Olgusu Etkileşimi Tüketici Tabanlı Analitik Bir Uygulama**  
ERCİŞ M. S.  
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Mizahın Arkeolojisi, Türkiye, 01 Aralık 2010
- V. **Pazarlama İletişimi Tekniği Olarak Mizah İçerikli İnteraktif Reklam Oyunları Ve Farkındalık Boyutuna İlişkin Bir Saha Araştırması**  
ERCİŞ M. S.  
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Mizahın Arkeolojisi, Türkiye, 01 Aralık 2010
- VI. **Sports Products Consumption In Marketing Communication And Effects Factors İn Choice Of Sports Products**  
ERCİŞ M. S.  
International Sport Science Congress, 10 - 12 Kasım 2010
- VII. **Termal Pazarlamada Hizmet Kalitesinin Servqual Metoduyla Ölçümü Ve Ilıca Termal Tesislerinde Ampirik Bir Analiz**  
ERCİŞ M. S.  
19. İstatistik Araştırma Sempozyumu, Türkiye, 01 Aralık 2009
- VIII. **Language of Colors in Developing Service Performance Related to Accommodation Enterprises And Their Usage in Marketing Communication**  
ERCİŞ M. S., GEÇİKLİ F.  
Ege University Faculty of Communication. International Marketing Communications Symposium., 29 Mayıs 2009
- IX. **Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Konaklama İşletmelerinin Etkinliklerinin Ölçümü Ve Bir Uygulama**  
ERCİŞ M. S., GÜLCÜ A.  
17. İstatistik Araştırma Sempozyumu, Türkiye, 01 Aralık 2008
- X. **Three Allies in The Synergic Management Based Team Model Emotional Intelligence Emphatic Communication And Individual Performance**  
ERCİŞ M. S.  
II. International Symposium Emotional Intelligence And Communication, 9 - 10 Ekim 2008

## Desteklenen Projeler

KILIÇ BAYGUTALP N., BİLGİN Ö. C., ERCİŞ M. S., ÇAYIR Y., YAĞIZ O., YAĞANOĞLU A. M., KAŞALI K., ÖZTÜRK Ö., GÜNEY H., TURAL DİKMEN A., et al., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Araştırma Metodolojisi Eğitim ve Uygulama Ofisinin Kurulumu Kapsamında Eğitim Faaliyetlerinin Düzenlenmesi, 2019 - 2019

## Metrikler

Yayın: 64

Atıf (Scopus): 16

H-İndeks (Scopus): 3