1970 yılında Gaziantep’in İslâhiye ilçesinde doğan Ayhan ERDEM, 1993 Yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümünden mezun olmuştur. İktisat eğitiminin ardından, 2000 Yılında, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Üretim Yönetimi ve Pazarlama Yüksek Lisansını; 2005 yılında ise Selçuk Üniversitesinde Reklamcılık ve Tanıtım Ana Bilim Dalında Doktora derecesini aldı. 2012 Yılında ise Doçent olan Ayhan Erdem, bir süre de Mersin Üniversitesi İletişim Fakiltesi Gazetecelik bölümünde Marka,Pazarlama ve Kültürlerarası iletişim dersleri vermiştir. 2014 yılından itibaren ise, Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesinde İletişim Bilimlerine Giriş,İletişim Kuramları,Sosyal Sorumluluk Projeleri,Marka ve Pazarlama İletişimi dersleri vermektedir.

İyi derece İngilizce bilen Erdem; Evli ve üç çocuk babasıdır.

**KİTAPLAR VE YAYINLAR**

**• Türkiye Petrol Borsası**(Kitap), İstanbul Matbaacılık, 2012.

• **Tüm Yönleriyle Türkiye Akaryakıt Sektörü** (Kitap), Balkan Gazetecilik, 2010.

• **Televizyon Reklamlarının Marka Tutumlarına Etkisi** (Kitap), Eğitim Kitabevi, 2010.

• **Tüketici Odaklı Bütünleşik Pazarlama İletişimi** (Kitap), Nobel Yayınları., 2006.

        \*       **Nasıl Marka Şehir Olunur?**,Egitim Yayınevi,2015

        \*       Işık, M., Erdem, A., Güllüoğlu, Ö., Akbaba, E., ***Televizyon ve Çocuk***, Konya, (2007).

**TEZLER**

• Doktora Tezi:“Firmalarda Bütünleşik Pazarlama İletişimi Stratejilerinin Belirlenmesinde Tüketici Davranışlarının Önemi: Türkiye’deki Akaryakıt Sektörü Tüketicilerinin İncelenmesi, Araştırılması.” (Konya) Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

• Yüksek Lisans Tezi: Dağıtım Kanallarında Güç ve Çatışma İlişkisi: Türkiye’deki Akaryakıt Sektörü üzerine Bir Uygulama” (İstanbul) Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

**MAKALELER**

 “İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Medyaya Bakışı ve Medya Kullanımı Üzerine Bir Çalışma”, *NWSA e-Journal of New World Sciences Academy*, 5 (1), 101-113, (2010).

 “Türkiye’de Akaryakıt Sektöründeki Dağıtım Firmalarının CRM Uygulamalarının Web Siteleri Üzerinden İncelenmesi”, *Selçuk İletişim*, 6 (2), 81-94, (2010).

“Firmalarda Bütünleşik Pazarlama İletişimi Stratejilerinin Belirlenmesinde Tüketici Davranışlarının Önemi”, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1 (1), [42-64, Kayseri](https://maps.google.com/?q=42-64,+Kayseri&entry=gmail&source=g), (2009).

“İletişim Sürecinde Geri Bildirimin Önemi ve İletişime Katkısı”, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1 (3), 125-132, Kayseri, (2010).

**Tanınmış ulusal yayınevleri tarafından yayımlanan kitapta bölüm:**

Işık, M., Erdem, A., “Meşruiyet, Demokrasi, Sosyal Sorumluluk ve Halkla İlişkiler”, Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım,  Ed. Metin Işık, 107-117, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, (2007).

Erdem, A., Akbaba, E., “Halkla İlişkiler Nedir? Ne değildir?”, Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Ed. Metin Işık, 181-203, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, (2007).

**E**rdem, A., Akdağ, M., “Halkla İlişkiler Tarihi Üzerine”, Dünden Bugüne Halkla İlişkiler, Ed. Metin Işık ve Mustafa Akdağ, 3-48, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, (2009).

Erdem, A., ”Turistlerin Karar Alma Sürecinde Sosyo-Kültürel Etmenlerin ve Tanıtmanın Rolü”, Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Ed. Metin Işık, 233-243, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, (2007).

Erdem, A., ”Dünü, Bugünü ve Yarınıyla Modernizm” Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim, Ed. Metin Işık ve Ayhan Erdem, 207-221, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, (2008).

**Tanınmış ulusal yayınevleri tarafından yayımlanan kitap (ders kitabı hariç) editörlüğü**

Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim, Ed. Metin Işık ve Ayhan Erdem, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, (2008).