

Doç.Dr. CEYDA AYSUNA TÜRKYILMAZ

Kişisel Bilgiler

E-posta: caysuna@marmara.edu.tr

Web: <https://avesis.marmara.edu.tr/caysuna>

Biyografi

Ceyda Aysuna Türkyılmaz 1982'de İstanbul'da doğmuştur. Muhittin Üstündağ İlköğretim Okulu'nu bitirdikten sonra orta eğitim ve lise eğitimini İstanbul'da Beyoğlu Anadolu Lise'sinde tamamlamıştır. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İngilizce İşletme Bölümü'nü bitirdikten sonra yüksek lisans ve doktorasını Marmara Üniversitesi Üretim Yönetimi ve Pazarlama Programı'nda tamamlamıştır.

2006 yılında Marmara Üniversitesi'nde akademik kariyerine başlayan Ceyda Aysuna Türkyılmaz halen Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde Doçent olarak görev yapmakta pazarlama alanında hem Türkçe hem İngilizce lisans ve lisans üstü dersleri vermektedir. Ceyda Aysuna Türkyılmaz özellikle tüketici davranışları, marka yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, satış yönetimi ve dağıtım kanalları alanlarına ilgi duymakta ve bu alanlarda bilimsel çalışmalarını sürdürmektedir. Evli ve iki çocuk annesidir.

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2006 - 2011

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), Türkiye 2004 - 2006

Lisans, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2000 - 2004

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

Doktora, Dağıtım Kanallarında Bağlılığı Etkileyen Faktörler ve Bağlılığın Uzun Dönemli İlişki Odaklılıktaki Rolü, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2011

Yüksek Lisans, Tüketici Etnosentrizmi Etkisini Ölçmede Cetscale Ölçeği ve Türkiye Uygulaması, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), 2006

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017 - Devam Ediyor

Yrd.Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2015 - 2017

Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - 2015

Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2011 - 2012

Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006 - 2011

Akademik İdari Deneyim

Fakülte Kurulu Üyesi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2020 - Devam Ediyor

Bölüm Başkan Yardımcısı, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2019 - 2019

Verdiği Dersler

Communicating With Consumer , Yüksek Lisans, 2018 - 2019

Pazarlama Araştırması, Lisans, 2019 - 2020

Marketing For International Markets, Lisans, 2018 - 2019

Marketing Management, Yüksek Lisans, 2019 - 2020

Perakende Yönetimi, Yüksek Lisans, 2018 - 2019

Seminer , Yüksek Lisans, 2018 - 2019

Satış Yönetimi, Lisans, 2018 - 2019

Pazarlama İlkeleri , Lisans, 2019 - 2020

Müşteri İlişkileri Yönetimi, Yüksek Lisans, 2019 - 2020

Stratejik Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

International Marketing, Yüksek Lisans, 2016 - 2017

Araştırma Metodolojisi, Yüksek Lisans, 2016 - 2017

Multinational Marketing Management, Yüksek Lisans, 2015 - 2016

Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2015 - 2016

Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları , Yüksek Lisans, 2015 - 2016

Yönetilen Tezler

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., Reklam filmleri ve bireysel tercihler arasındaki ilişkinin nöropazarlama yöntemleri ile ölçülmesi üzerine deneysel bir çalışma, Yüksek Lisans, D.Öztaş(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkiylmaz C., MÜŞTERİLERİN KATILIM BANKALARI FAALİYETLERİNE YÖNELİK GÖRÜŞLERİ VE BİLGİ DÜZEYLERİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans, M.GÜL(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkiylmaz C., İçsel pazarlama faaliyetlerinin çalışan motivasyonu üzerine etkisi ve jenerasyonlar üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, M.GÜNER(Öğrenci), 2019

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., İnternette lüks tüketim ürünleri satın alımının tüketici karar verme envanteri açısından incelenmesi, Yüksek Lisans, M.Yelda(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkiylmaz C., Otomotiv sektöründe tüketicilerin karar vermelerindeki etkenler, Yüksek Lisans, Y.OFLAZ(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkiylmaz C., Bankacılık sektöründe sosyal medya pazarlaması ve tüketici algıları üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, E.ÖZHAN(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkiylmaz C., Lojistikte dış kaynak kullanımı ve üçüncü parti lojistik firmalarının seçimini etkileyen unsurlar, Yüksek Lisans, K.YALNIZ(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkiylmaz C., Marka bilinirliği ve marka güveninin müşteri tatmini ve marka sadakati üzerine etkisi, Yüksek Lisans, M.ÜNAL(Öğrenci), 2019

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., Otomotiv sektöründe müşteri memnuniyetinin müşteri bağlılığına etkisi, Yüksek Lisans, Z.ÜNLÜ(Öğrenci), 2018

AYSUNA TÜRKYILMAZ C., Futbol kulüplerinin yönetim yapısının motivasyon ve algılanan performans üzerine etkisi, Yüksek Lisans, H.GEZMİŞ(Öğrenci), 2018
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., Marka bağlılığı ve aşk markası oluşturmada ünlü kullanımı: Sahara altı Afrika da bir araştırma, Yüksek Lisans, M.SHERIFF(Öğrenci), 2018
Aysuna Türkyılmaz C., Fitness centerlardaki hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi, Yüksek Lisans, O.SÜLLÜOĞLU(Öğrenci), 2018
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., İlişkisel pazarlamanın müşteri sadakatine etkisi: Fitness merkezi müşterileri üzerinde bir inceleme, Yüksek Lisans, M.CAMGÖZ(Öğrenci), 2017
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., Retro marka deneyiminin, yeniden satın alma niyeti ve marka bağlılığı yaratmadaki rolü, Yüksek Lisans, F.PINARBAŞI(Öğrenci), 2017
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., Marka olarak Bakü'nün destinasyon imajı ve destinasyon imajının destinasyon seçimine etkisi, Yüksek Lisans, I.LYASOV(Öğrenci), 2015

Jüri Üyelikleri

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Marmara Üniversitesi, Ekim, 2019

Verdiği Kurs ve Eğitimler

Aysuna Türkyılmaz C., Satış ve Pazarlama Uzmanlığı, 2019 - 2019

Aysuna Türkyılmaz C., CMO, 2019 - 2019

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. A Search for Missing Links: Specifying the Relationship Between Leader-Member Exchange Differentiation and Service Climate

Auh S., Bowen D. E. , AYSUNA TÜRKYILMAZ C., MENGÜÇ B.

JOURNAL OF SERVICE RESEARCH, cilt.19, sa.3, ss.260-275, 2016 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. "Effects of the Factors Determining the Online Purchase Behavior of The Consumer on Actual Purchase

ERDEM Ş., YOLDEMİR A. T. , AYSUNA TÜRKYILMAZ C.

Journal of Marketing and Consumer Research., ss.19-31, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

II. Retro Marka Deneyiminin Yeniden Satın Alma Niyeti ve Marka Bağlılığı Yaratmadaki Rolü.

PINARBAŞI F., AYSUNA TÜRKYILMAZ C.

Business and Social Science, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

III. Web Advertising Value and Students Attitude Towards Web Advertising

AKTAN M., AYDOĞAN S., AYSUNA C.

European Journal of Business and Management, cilt.8, ss.86-97, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

IV. Materialism and Brand Resonance as Drivers of Online Compulsive Buying Behavior

AYSUNA TÜRKYILMAZ C., KOCAMAZ İ., USLU A.

The Journal of Academic Social Science Studies, cilt.2, ss.91-107, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

V. Perakendeci Mağaza Özelliklerinin Tüketicilerin Perakendeci Markasına Karşı Tutumları ve Satın Alma Niyetleri Üzerindeki Etkisi

AYSUNA TÜRKYILMAZ C., AYDOĞAN S., GÜRDAL S.

Öneri Dergisi, cilt.12, ss.287-305, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- VI. **Online Anlık Satın Alma Davranışlarının Hazcı Alışveriş Motivasyonları İle Açıklaması Hazır Giyim Ürünleri Üzerine Bir Araştırma**
ERDEM Ş., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., KIRGIZ A. C.
Beykoz Akademi Dergisi, cilt.3, ss.55-74, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VII. **ONLINE ANLIK SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ HAZCI ALIŞVERİŞ MOTİVASYONLARI İLE AÇIKLAMASI: HAZIR GİYİM ÜRÜNLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
ERDEM Ş., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., KIRGIZ A. C.
Beykoz Akademi Dergisi, cilt.3, ss.55, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VIII. **The Role of Individual Characteristics on Consumers Counterfeit Purchasing Intentions Research in Fashion Industry**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., USLU A.
Journal of Management, Marketing and Logistics, cilt.1, ss.259-275, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IX. **Neden Küçük Ancak Sorun Büyük**
GÜRDAL S., AYSUNA C.
Lojistik, cilt.4, ss.61-63, 2008 (Hakemsiz Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Fuar Lojistiği**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C.
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarçılık ve İstihdam, Mehtap Sümersan ve Emine Çobanoğlu, Editör, Sokak yayın Grubu, İstanbul, ss.82-97, 2019
- II. **İletişim Stratejisi Olarak Ticari Fuarlar**
Sümersan Köktürk M., ÇOBANOĞLU E., Torun İ., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., DİRSEHAN T., Myftaraj E., KOCAMAZ İ., Eren Erdoğan İ., BİLGİN İ., Erturan Topgül A., et al.
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarçılık ve İstihdam, Mehtap Sümersan Köktürk ve Emine Çobanoğlu, Editör, Sokak Yayın Grubu, İstanbul, ss.126-145, 2019
- III. **Geçmişin Şimdiki Zamanla Buluşması: Retro Pazarlama Bir Heves Midir?**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C.
Ortaya Karışık Pazarlama Tarifleri II, Ayça Can Kırgız, Editör, Beta Yayıncılık, ss.29-47, 2018
- IV. **Markanın Müşteriye Değdiği Nokta: Deneyim Ekonomisi**
Baybars Hawks B., Tıgılı M., Aysuna Türkyılmaz C., Büyükhelvacıgil M., Kocamaz İ., Çalışlar İ., Temuçin E., Dördüncü H., Kıyıcı Çallı M., Algüneş Erdem D.
Ortaya Karışık Pazarlama Tarifleri II, Ayça Can Kırgız, Editör, Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, ss.65-82, 2018
- V. **Geçmişin Gücü Retro Pazarlama Retro Pazarlama Sürecinde Duygusal Bağlılığın Marka Sadakatine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
Aysuna Türkyılmaz C.
Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, 2016
- VI. **Corporate Reputation and Marketing Activities**
BİLGİN İ., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., GÜRDAL S.
Current Approaches In Social Sciences, Rasim Yılmaz, Günter Löschnigg, Hasan Arslan ve Mehmet Ali İcbay, Editör, Peter Lang International Academic Publishers, Frankfurt, ss.305-314, 2015
- VII. **Pazarlama Araştırması Sektörü**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C.
Pazarlama Araştırması Marketing Research, Fatma Demirci Oral, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Dan, Ankara, ss.18-37, 2015
- VIII. **E-Tüketici ve E-Tüketici Davranışları**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C.
Çevrimiçi Satış, Mehtap Sümersan Köktürk, Emine Çobanoğlu ve Taşkın Dirsehan, Editör, Nobel Yayıncılık, Ankara, ss.109-117, 2015

- IX. Pazarlama Araştırmasına Giriş**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C.
Pazarlama Araştırması Marketing Research, Fatma Demirci Oral, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Dan, Ankara, ss.2-17, 2015
- X. Web Tabanlı Kurumsal İtibar Yönetimi**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., GÜRDAL S.
İtibar Yönetimi, Haluk Sümer ve Helmut Pernsteiner, Editör, Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, ss.57-83, 2014
- XI. Dağıtım Müşteri Hizmeti ve Lojistik**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C.
Pazarlamanın Temelleri Essentials of Marketing, Asım Günel Önce, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, ss.270-291, 2013
- XII. Müşteri Tanımları ve Müşteri Çeşitleri**
AYSUNA C., GÜRSOY H., AYDOĞAN S.
Benim Maaşımı Kim Ödüyor Müşteri, Sahavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayıncılık, İstanbul, ss.117-146, 2009
- XIII. Müşteri İlişkileri Yönetimi**
AYSUNA C., GÜRDAL S.
Benim Maaşımı Kim Ödüyor Müşteri, Sahavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayıncılık, İstanbul, ss.277-303, 2009
- XIV. Krizin Öncü Göstergesi:Pazarlama**
GÜRDAL S., AYSUNA C.
Kriz Yönetimi, Haluk Sümer ve Helmut Pernsteiner, Editör, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, ss.563-582, 2009
- XV. Deneyimsel Pazarlama ve Müşteri Deneyim Yönetimi**
ALTUNA O., AYSUNA C.
Benim Maaşımı Kim Ödüyor Müşteri, Sahavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayın Dağıtım, İstanbul, ss.93-113, 2009

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. E-Girişimci Doğasının Sıfatsal Özellikleri**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., GÜRDAL S., BİLGİN İ., Najimudinova S.
9th International Congress on Entrepreneurship, 10 - 12 Mayıs 2018
- II. The Effect of Country of Origin Perceptions and Perceived Brand Globalness on Perceived Brand Quality**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., BİLGİN İ., KARA A.
IEDC/CBEES 3rd International Conference on Advances in Business and Economics, İstanbul, Türkiye, 27 - 29 Nisan 2016, ss.67-72
- III. Is In Store Tasting Important In Consumer Buying Behavior**
YOZGAT U., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., DENİZ R. B.
Eighth Annual General Business Conference, Texas, Amerika Birleşik Devletleri, 15 - 16 Nisan 2016, ss.81-89
- IV. The Relationship Between Religious Orientation and Country Reputation**
AYDOĞAN S., AYSUNA C.
17th International Conference on Economic, Financial, Marketing and Management Perspectives, Dubai, Birleşik Arap Emirlikleri, 26 - 27 Şubat 2015, ss.1598-1607
- V. The Effects of Personality Traits and Website Quality on Online Impulse Buying**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., ERDEM Ş., USLU A.
Proceedings of the 3rd International Conference on Strategic Innovative Marketing (IC-SIM), Madrid, İspanya, 1 - 04 Eylül 2014, cilt.175, ss.98-105
- VI. Antecedents and Outcomes of Consumers' Inward and Outward Environmental Attitudes: Evidence From Turkey**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., USLU A., DURMUŞ B.
Proceedings of the 3rd International Conference on Strategic Innovative Marketing (IC-SIM), Madrid, İspanya, 1 -

04 Eylül 2014, cilt.175, ss.90-97

- VII. **Kişilik Özelliklerinin Tüketicilerin Taklit Marka Ürün Satın Alma Eğilimindeki Rolü Moda Sektöründe Bir Araştırma**
AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., USLU A.
13. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Antalya, Türkiye, 8 - 10 Mayıs 2014, cilt.2, ss.863-873
- VIII. **Olumlu Tutum ile Niyet Arasındaki İlişkide Benlik Uyumunun Düzenleyici Rolü Numune Örnek Ürün Arama Bağlamında Bir Araştırma**
AYSUNA C., YOZGAT U., DEMİRBAĞ O.
18. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kafkas Üniversitesi, Kars, Türkiye, 19 - 22 Haziran 2013, ss.529-538
- IX. **Application of Lean Production Principles in Healthcare Services**
YILMAZ E., BİLGİN E., AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., GÜRDAL S.
ITAM 8 Conference Proceedings, 1 - 05 Temmuz 2012
- X. **Factors Affecting Attitude Toward Private Labels A Pilot Study Between Turkey and Germany**
AYDOĞAN S., AYSUNA C., GÜRDAL S.
Proceedings of The Twenty First World Business Congress, IMDA”, Helsinki, Finlandiya, 4 - 08 Temmuz 2012, ss.122-129
- XI. **Loyalty Exists In Fuel Consumption or Does Not**
AYSUNA C., YOZGAT U., GÜRDAL S.
5th International Strategic Management Conference, Stellenbosch, Güney Afrika, Stellenbosch, Güney Afrika, 2 - 04 Temmuz 2009, ss.461-471
- XII. **Girişimci Doğasının Sıfatsal Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Bir Pilot Çalışma**
ALTUNA O., AYSUNA C., GÜRDAL S., Savran C.
.KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi, Kültür Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, 25 - 26 Kasım 2008, ss.439-457
- XIII. **Sexual Harassment Between Customers and Salespeople Customer Is The Victim**
AYSUNA C., ALTUNA O., GEGEZ A. E.
15th International Conference on Retailing and Consumer Services Sciences, EIRASS, Zagreb, Hırvatistan, 14 - 17 Temmuz 2008, ss.11

Bilimsel Hakemlikler

The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Aralık 2018
KAFKAS ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Ekim 2018
İŞLETME VE EKONOMİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Temmuz 2018
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mayıs 2018
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mayıs 2017
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Aralık 2016
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Ağustos 2016
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Haziran 2016
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Nisan 2016

Atıflar

Toplam Atıf Sayısı (WOS):43
h-indeksi (WOS):3

Ödüller

Aysuna Türkiylmaz C., Best Paper, General Business Conference, Texas , Nisan 2016