

## Doç.Dr. NEVİN KARABIYIK YERDEN

### Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 0216 777 4500](tel:+9002167774500)

E-posta: [nkarabiyik@marmara.edu.tr](mailto:nkarabiyik@marmara.edu.tr)

Web: <https://nevinyerden.com.tr>

### Biyografi

2002 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi'nden İşletme lisans derecesini alan Yerden, 2005 yılında Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde İnsan Kaynakları yüksek lisansını "*İşletmelerde Seçme Yerleştirme Kriterleri ve İş-Kişilik-Örgüt Kültürü İlişkisi Üzerine Teknik ve Satış İşlerinde Karşılaştırmalı Analiz*" adlı tezi ile, 2008 yılında ise yine aynı üniversitede Üretim Yönetimi ve Pazarlama yüksek lisansını "*Turizm Sektöründe Marka Denkliği Kavramı ve İstanbul Kenti'nin Marka Denkliği Algılamasının Ölçümü*" adlı tezi ile tamamlamıştır. 2013 yılında Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden "*Kültür Pazarlaması: İstanbul'daki Kültür Miraslarının Algılanan Hizmet Kalitesinin, Destinasyon İmaj Türlerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma*" adlı tezi ile doktor unvanı alan Nevin Karabiyik Yerden 2015 yılında yardımcı doçent, 2018 yılında Dr. Öğr. Üyesi unvanlarını alarak Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü'nde çalışmalarını sürdürmektedir. 2010 yılında Londra Regent's Üniversitesi Pazarlama Bölümü'nde konuk öğretim elemanı olarak bulunan Yerden, pazarlama, perakende, marka, uluslararası pazarlama, kent markaları gibi alanlarda ulusal ve uluslararası akademik çalışmalarına devam etmektedir. İlgili alanları kültür pazarlaması, marka yönetimi, uluslararası pazarlama, perakende yönetimi, pazarlamada artırılmış/sanal gerçeklik ve fiyatlama konularıdır.

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2008 - 2013

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2006 - 2008

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnsan Kaynakları Yönetimi (YI) (Tezli), Türkiye 2002 - 2005

Lisans, Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1998 - 2002

### Yaptığı Tezler

Doktora, Kültür pazarlaması: İstanbul'daki kültür miraslarının algılanan hizmet kalitesinin, destinasyon imaj türlerine etkisi üzerine bir araştırma, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013

### Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler

### Akademik Unvanlar / Görevler

Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, 2021 - Devam Ediyor

Yrd.Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, 2015 - Devam Ediyor  
Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, 2013 - 2015  
Öğretim Görevlisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, İktisadi Ve İdari Programlar Bölümü, 2005 - 2013

## Yönetilen Tezler

Karabiyik Yerden N., Havacılık sektöründe yeşil pazarlama uygulamalarının tüketici satın alma kararları üzerindeki rolü: Türkiye'deki tüketiciler üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, S.EZEL(Öğrenci), 2019  
KARABIYIK YERDEN N., Havacılık sektöründe yeşil pazarlama uygulamalarının tüketici satın alma kararı üzerindeki rolü : Türkiye'deki tüketiciler üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, S.Ezel(Öğrenci), 2019  
Karabiyik Yerden N., Kurumsal İtibar Yönetiminin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Rolü: Otomotiv Sektörüne Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans, E.YAZAR(Öğrenci), 2019  
KARABIYIK YERDEN N., Elektronik ağızdan ağıza pazarlama ile marka sadakati arasındaki ilişkide marka güveninin rolü ve bir araştırma, Yüksek Lisans, D.ERŞEN(Öğrenci), 2019  
Karabiyik Yerden N., Alternatif konaklama sektöründe hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti aracılığı ile müşteri sadakati üzerindeki rolü ve bir araştırma, Yüksek Lisans, M.YÜKSEL(Öğrenci), 2019  
KARABIYIK YERDEN N., Deneysel pazarlamada artırılmış gerçeklik uygulamaları ile tüketici satın alma niyeti arasındaki ilişki ve bir araştırma, Yüksek Lisans, İ.TUNCAY(Öğrenci), 2018  
KARABIYIK YERDEN N., Marka denkliği ile satın alma niyeti arasındaki ilişkide marka tercihinin önemi ve bir araştırma, Yüksek Lisans, E.GÜNER(Öğrenci), 2018

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Marka İmajı: Göbeklitepe ile Stonehenge Arkeoloji Alanlarının Marka İmajı Açısından Betimsel Analizi**  
Karabiyik Yerden N.  
Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi, cilt.3, sa.4, ss.291-310, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- II. **Consumption Emotions and Consumer Values among Turkish Consumers during the COVID-19 Pandemic**  
KARABIYIK YERDEN N.  
Transnational Marketing Journal, cilt.8, sa.2, ss.135-160, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- III. **DENEYİMSEL PAZARLAMADA GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK UYGULAMASI KULLANIMININ DENEYİM DEĞERİ ÜZERİNE ETKİSİ: ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK MENÜ UYGULAMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**  
Karabiyik N., Uydacı M., Değerli B., Ergün Tuncay İ.  
Beykoz Akademi Dergisi, cilt.8, sa.1, ss.174-193, 2020 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- IV. **Bilgi Benimseme Modeli Kapsamında Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Marka Güveni Aracılığı ile Marka Sadakatine Etkisi ve Çevrimiçi Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma**  
ERŞEN D., KARABIYIK N., ÖZTEK M. Y.  
Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, sa.32, ss.163-197, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- V. **MARKA DENKLIĞİ İLE SATIN ALMA NİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİDE MARKA TERCİHİNİN ÖNEMİ VE MOBİL TELEFON SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**  
GÜNER E., KARABIYIK YERDEN N., ÖZTEK M. Y.  
Öneri Dergisi, cilt.16, sa.55, ss.250-285, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VI. **Sağlıklı Yaşam Pazarlaması Açısından Kamu Spotları: "Obezite ile Mücadele Hareketi Kampanyası" Örnek Olay İncelemesi**

KARABIYIK YERDEN N.

Journal of Health and Sport Sciences, cilt.2, sa.3, ss.109-117, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

VII. **YÜKSEK TEKNOLOJİ MARKALARININ PAZARLAMA STRATEJİSİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ VE HİBRİT / ELEKTRİKLİ OTOMOBİL SEKTÖRÜNDE ÖRNEK OLAY ANALİZİ**

KARABIYIK N.

İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, ss.86-112, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

VIII. **İstanbul daki Alışveriş Merkezleri Üzerine Bir Araştırma Kümeleme Analizi**

ÇAKIR ZEYTİNOĞLU F., ÇAĞLAYAN AKAY E., UYDACI M., DEĞERLİ B., KARABIYIK N.

Social'Sciences'Research'Journal, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

IX. **Positioning of campuses in terms of satisfaction A research onMarmara University**

YALÇIN F. A. , ARSLAN F. M. , TEKTAŞ N. , İŞGÖREN A. N. , ÖZYER Y. , DEĞERLİ B. , ORAL B. , KARABIYIK N. , TÜM CEBECİ D. , UZMANOĞLU M. S. , et al.

EuropeanJournal ofResearch onEducation, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

X. **Destinasyon Pazarlamasında Pazarlama Stratejisi veKonumlandırma Çalışmalarına Kavramsal Yaklaşım**

KARABIYIK N., inci sümer b.

İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

## Kitap & Kitap Bölümleri

I. **Perakendecilik Tarihi : Akademik ve Uygulama Açısından Betimsel Bir İnceleme**

KARABIYIK YERDEN N.

Türkmen Yayınevi, İstanbul, 2020

II. **Fiyat**

KARABIYIK YERDEN N.

Pazarlama, Serpil Ünal Kestane, Editör, Nobel, Ankara, ss.169-190, 2020

III. **Ürün**

KARABIYIK YERDEN N.

Pazarlama, Serpil Ünal Kestane, Editör, Nobel, Ankara, ss.143-168, 2020

IV. **COVID-19, ENTREPRENEURSHIP AND MARKETING**

KARABIYIK YERDEN N.

COVID-19 AND NEW BUSINESS ECOSYSTEM, Asst. Prof. Dr. Duygu HIDIROGLU, Asst. Prof. Dr. Semih Serkant AKTUG, Asst. Prof. Dr. Osman YILMAZ, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.347-370, 2020

V. **Aile İşletmelerinde Pazarlama Stratejileri**

KARABIYIK YERDEN N.

Aile İşletmelerinde Pazarlama ve Marka Yönetimi, Dr. Öğr. Üyesi Osman YILMAZ, Dr. Öğr. Üyesi Osman ÖZDEMİR, Editör, Kriter Yayınevi, İstanbul, ss.1-19, 2020

VI. **Icon Brand in Destination Marketing and the Istanbul Case Study**

KARABIYIK N., UYDACI M.

Turkey and Turkish Studies. Special Edition, Uydaci Mert, Editör, ATINER, ss.3-12, 2019

VII. **Kültür Pazarlaması**

KARABIYIK N.

Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2017

VIII. **Growing Concept in Retailing: Shopping Malls in Istanbul between 2004-2014**

UYDACI M., ÇAKIR ZEYTİNOĞLU F., ÇAĞLAYAN AKAY E., DEĞERLİ B., KARABIYIK YERDEN N.

Special Topics in Economics Management, Foster Elvis C., Tzempelikos Nektarios, Sakellariou Chris, Andrikopoulos Panagiotis, Editör, Greece by the Athens Institute for Education and Research, Atina, ss.83-99, 2017

IX. **Growing Concept in Retailing: Shopping Malls in Istanbul between 2004-2014**

UYDACI M., ÇAKIR ZEYTİNOĞLU F., ÇAĞLAYAN AKAY E., DEĞERLİ B., KARABIYIK N.

Special Topics in EconomicsManagement, Foster Elvis C.,Tzempelikos Nektarios, Sakellariou Chris, Andrikopoulos

- Panagiotis, Editör, Greece by the Athens Institute for Education and Research, Athens, ss.83-99, 2017
- X. **The Measurement of Turkish Consumers' Attitudes Towards Neuromarketing With Fmri Method**  
Karabiyik Yerden N.  
Marketing in Transition, Scarcity and Globalism & Sustainability, NİKOLA Papaolus, Editör, Springer, London/Berlin , Athens, ss.1-15, 2015
- XI. **The Measurement of Turkish Consumers' Attitudes towards Neuromarketingwith fMRI Method**  
UYDACI M., KARABIYIK N.  
Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science, Campbell Colin L., Editör, Springer, ss.44-49, 2015

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

- I. **Sosyal Medyada Artırılmış Gerçeklik Reklam Kampanyaları ve Gazlı İçecek Sektöründe Karşılaştırmalı Analiz**  
KARABIYIK YERDEN N.  
International Online Conference on Economics and Social Sciences (Cyprus Science University / KYRENIA/ Cyprus), KYRENIA, Kıbrıs (Kktc), 8 - 09 Eylül 2020, ss.84
- II. **Effects On Experience Value Of Augmented Reality (Ar) Experience A Research On Ar Menu Application**  
UYDACI M., KARABIYIK N., DEĞERLİ B., Ergün Tuncay İ.  
3rd Taste of City Food and Place Marketing Conference 2018, Antalya, Türkiye, 4 - 05 Ekim 2018, ss.35-36
- III. **"Turkish Coffee" As A Cultural Product and Competitive Analysis for Turkish Coffee**  
KARABIYIK YERDEN N., ERGÜN TUNCAY İ.  
3rd Taste of City Food and Place Marketing Conference 2018 (Akdeniz University / Antalya/ TURKEY), Antalya, Türkiye, 4 - 05 Ekim 2018, ss.26-27
- IV. **EFFECTS ON EXPERIENCE VALUE OF AUGMENTED REALITY : (AR) EXPERIENCE A RESEARCH ON AR MENU APPLICATION**  
UYDACI M., KARABIYIK N., DEĞERLİ B., ERGÜN TUNCAY İ.  
Taste of City Food and Place Marketing Conference 2018, 4 - 05 Ekim 2018
- V. **AUGMENTED REALITY APPLICATION USING IN MARKETING EDUCATION AND A RESEARCH**  
KARABIYIK N., YERDEN A. U.  
International Conference on Research in Education and Science (ICRES 2017), 18 - 21 Mayıs 2017, ss.51
- VI. **A Review of International Volunteers as a Transnational Consumer Type and a Case Study**  
KARABIYIK N., KOCATÜRK E., ÖZGÖREN ŞEN F.  
The Migration Conference 2017, Atina, Yunanistan, 23 - 26 Ağustos 2017, ss.164-167
- VII. **A Review of International Volunteers as a Transnational Consumer Type and a Case Study**  
KARABIYIK N., KOCATÜRK E., ÖZGÖREN ŞEN F.  
The Migration Conference 2017, Atina, Yunanistan, 28 Ağustos 2017, ss.164-167
- VIII. **A Review of International Volunteers as a Transnational Consumer Type and a Case Study**  
KARABIYIK N., KOCATÜRK E., ÖZGÖREN ŞEN F.  
The Migration Conference 2017, atina, Yunanistan, 28 Ağustos 2017, ss.164-167
- IX. **Icon Brands**  
KARABIYIK N., UYDACI M.  
4th International Conference on Turkey and Turkish Studies, 19 - 22 Haziran 2017
- X. **Icon Brands in Destination Marketing and Istanbul Case Study**  
KARABIYIK N., UYDACI M.  
4th International Conference on Turkey and Turkish Studies, 19 - 22 Haziran 2017, ss.42
- XI. **Growing Concept in Retailing Shopping Malls in İstanbulbetween 2004 2014**  
UYDACI M., ÇAKIR ZEYTİNOĞLU F., ÇAĞLAYAN AKAY E., DEĞERLİ B., KARABIYIK N.  
14th Annual International Conference on Marketing, 27-30 June 2016, 27 - 30 Haziran 2016

- XII. **Measuring Attitudes Towards Augmented Reality Practices on Transnational Consumers**  
Karabiyik Yerden N., Değerli B., Yerden A. U. , Değerli A.  
Turkish Migration Conference 2015, Praha, Çek Cumhuriyeti, 25 - 27 Haziran 2015, ss.11-12
- XIII. **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Web Sitesi Kalitesinin Üstünlük Yaratmada Pazarlama Karması Açısından Değerlendirilmesi**  
Karabiyik Yerden N., Değerli B., Konuk F.  
4. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Manisa, Türkiye, 2 - 04 Mayıs 2012, ss.279-285
- XIV. **The Relationship between Turkish Consumers Shopping Values and Attitudes to debt in Foreign Countries**  
Karabiyik Yerden N., Değerli B.  
International Conference Turkish Migration in Europe Projecting The Next 50 Years, London, İngiltere, 7 - 09 Aralık 2012, ss.31
- XV. **Uygulama ve Akademik Yönüyle Pazarlama Tarihine Bir Bakış**  
KARABIYIK YERDEN N., ÖZGÖREN ŞEN F., inci sümer b.  
15. Ulusal Pazarlama Kongresi (Dokuz Eylül Üniversitesi), İzmir, Türkiye, 26 - 29 Ekim 2010, ss.369-386
- XVI. **Geleceğin Yüksek Öğretim Sisteminde Elektronik Öğretimin Yeri ve Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama**  
UYDACI M., KARABIYIK YERDEN N., DEĞERLİ B.  
2. İstanbul Bilişim Kongresi, İstanbul, Türkiye, 3 - 04 Haziran 2008, ss.221-234
- XVII. **Geleceğin Yüksek Öğretim Sisteminde Elektronik Öğretimin Yeri Ve Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama”**  
Karabiyik Yerden N., Uydacı M., Değerli B.  
II.İstanbul Bilişim Kongresi, İstanbul, Türkiye, 3 - 05 Haziran 2008, ss.83-88