

Assoc. Prof. NEVİN KARABIYIK YERDEN

Personal Information

Office Phone: [+90 0216 777 4500](tel:+9002167774500)

Email: nkarabiyik@marmara.edu.tr

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

International Researcher IDs

ScholarID: hqWv5pUAAAAJ

ORCID: 0000-0003-1114-2672

Yoksis Researcher ID: 120975

Biography

Yerden received her bachelor's degree at Dokuz Eylül University's Department of Business Administration in 2002. She received her master's degree in Human Resources from Marmara University Social Sciences Institute in 2005, with a thesis titled "Selection and positioning criteria in companies -a comparative analysis on the technical and sales positions on the character and organizational culture". In 2008, she received from the same university's Production Management and Marketing master's program with a thesis titled "Measurement concepts of brand equity in tourism sector and perception of brand equity for the city of Istanbul." In 2013, she received her PhD from Marmara University Social Sciences Institute with her thesis titled "Culture marketing: A research on the effect of perceived service quality of cultural heritage on the types of destination image in Istanbul". Nevin KARABIYIK YERDEN received the title of Asst. Prof. Dr. in 2015 and Assoc. Prof. Dr. in 2021 and continues her studies at Marmara University, Social Sciences Vocational School, Department of Marketing and Advertising. Yerden, who was a guest lecturer at the Marketing Department of Regent's University, London in 2010, continues her national and international academic studies in areas such as marketing, retail, brand, international marketing and city brands. Her areas of interest are cultural marketing, brand management, international marketing, retail management, augmented and virtual reality in marketing and pricing.

Education Information

Doctorate, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, Turkey 2008 - 2013

Postgraduate, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, Turkey 2006 - 2008

Postgraduate, Marmara University, Institute of Social Sciences, İnsan Kaynakları Yönetimi (YI) (Tezli), Turkey 2002 - 2005

Undergraduate, Dokuz Eylül University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 1998 - 2002

Dissertations

Doctorate, Kültür pazarlaması: İstanbul'daki kültür miraslarının algılanan hizmet kalitesinin, destinasyon imaj türlerine etkisi üzerine bir araştırma, Marmara Üniversitesi, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2013

Research Areas

Social Sciences and Humanities

Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Marmara University, Vocational School of Social Sciences, Marketing and Advertising, 2021 - Continues

Assistant Professor, Marmara University, Vocational School of Social Sciences, Marketing and Advertising, 2015 - Continues

Lecturer PhD, Marmara University, Vocational School of Social Sciences, Marketing and Advertising, 2013 - 2015

Lecturer, Marmara University, Vocational School of Social Sciences, Economics and Administrative Programs, 2005 - 2013

Advising Theses

Karabiyik Yerden N., Havacılık sektöründe yeşil pazarlama uygulamalarının tüketici satın alma kararları üzerindeki rolü: Türkiye'deki tüketiciler üzerine bir araştırma, Postgraduate, S.EZEL(Student), 2019

KARABIYIK YERDEN N., Havacılık sektöründe yeşil pazarlama uygulamalarının tüketici satın alma kararı üzerindeki rolü : Türkiye'deki tüketiciler üzerine bir araştırma, Postgraduate, S.Ezel(Student), 2019

Karabiyik Yerden N., Kurumsal İtibar Yönetiminin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Rolü: Otomotiv Sektörüne Yönelik Bir Araştırma, Postgraduate, E.YAZAR(Student), 2019

KARABIYIK YERDEN N., Elektronik ağızdan ağıza pazarlama ile marka sadakati arasındaki ilişkide marka güveninin rolü ve bir araştırma, Postgraduate, D.ERŞEN(Student), 2019

Karabiyik Yerden N., Alternatif konaklama sektöründe hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti aracılığı ile müşteri sadakati üzerindeki rolü ve bir araştırma, Postgraduate, M.YÜKSEL(Student), 2019

KARABIYIK YERDEN N., Deneyimsel pazarlamada artıtılmış gerçeklik uygulamaları ile tüketici satın alma niyeti arasındaki ilişki ve bir araştırma, Postgraduate, İ.TUNCAY(Student), 2018

KARABIYIK YERDEN N., Marka denkliği ile satın alma niyeti arasındaki ilişkide marka tercihinin önemi ve bir araştırma, Postgraduate, E.GÜNER(Student), 2018

Articles Published in Other Journals

I. Green City Concept and Marketing: Descriptive Analysis of Izmir's Green City Process

Bilgen Kocatürk E., Özgören Şen F., Karabiyik Yerden N.

Kent Akademisi (Online), vol.16, no.Türkiye Cumhuriyetinin 100. Yılı Özel Sayısı | Special Issue for the 100th Anniversary of the Republic of Türkiye, pp.131-148, 2023 (Peer-Reviewed Journal)

II. COMPARATIVE ANALYSIS OF VIRTUAL TOUR APPLICATIONS IN MUSEUMS IN THE CONTEXT OF DESTINATION MARKETING DURING THE COVID 19 PANDEMIC PROCESS

Karabiyik Yerden N., Uydacı M.

Journal of research in business (online), vol.7, no.1, pp.229-248, 2022 (Peer-Reviewed Journal)

III. Marka İmajı: Göbeklitepe ile Stonehenge Arkeoloji Alanlarının Marka İmajı Açısından Betimsel Analizi

Karabiyik Yerden N.

Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi, vol.3, no.4, pp.291-310, 2020 (Peer-Reviewed Journal)

IV. Consumption Emotions and Consumer Values among Turkish Consumers during the COVID-19 Pandemic

KARABIYIK YERDEN N.

Transnational Marketing Journal, vol.8, no.2, pp.135-160, 2020 (Scopus)

V. DENEYİMSEL PAZARLAMADA GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK UYGULAMASI KULLANIMININ DENEYİM DEĞERİ ÜZERİNE ETKİSİ: ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK MENÜ UYGULAMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Karabiyik N., Uydacı M., Değerli B., Ergün Tuncay İ.

- Beykoz Akademi Dergisi, vol.8, no.1, pp.174-193, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Bilgi Benimseme Modeli Kapsamında Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Marka Güveni Aracılığı ile Marka Sadakatine Etkisi ve Çevrimiçi Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma**
 Erşen D., Karabiyık N., Öztek M. Y.
 İleti-ş-im, no.32, pp.163-197, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **MARKA DENKLİĞİ İLE SATIN ALMA NİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİDE MARKA TERCİHİNİN ÖNEMİ VE MOBİL TELEFON SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
 GÜNER E., KARABİYIK YERDEN N., ÖZTEK M. Y.
 Öneri Dergisi, vol.16, no.55, pp.250-285, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Sağlıklı Yaşam Pazarlaması Açısından Kamu Spotları: "Obezite ile Mücadele Hareketi Kampanyası"**
 Örnek Olay İncelemesi
 KARABİYIK YERDEN N.
 Journal of Health and Sport Sciences, vol.2, no.3, pp.109-117, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **YÜKSEK TEKNOLOJİ MARKALARININ PAZARLAMA STRATEJİSİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ VE HİBRİT / ELEKTRİKLİ OTOMOBİL SEKTÖRÜNDE ÖRNEK OLAY ANALİZİ**
 KARABİYIK N.
 İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, pp.86-112, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **İstanbul daki Alışveriş Merkezleri Üzerine Bir Araştırma Kümeleme Analizi**
 ÇAKIR ZEYTİNOĞLU F., ÇAĞLAYAN AKAY E., UYDACI M., DEĞERLİ B., KARABİYIK N.
 Social'Sciences'Research'Journal, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Positioning of campuses in terms of satisfaction A research on Marmara University**
 YALÇIN F. A., ARSLAN F. M., TEKTAŞ N., İŞGÖREN A. N., ÖZYER Y., DEĞERLİ B., ORAL B., KARABİYIK N., TÜM CEBECİ D., UZMANOĞLU M. S., et al.
 European Journal of Research on Education, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Destinasyon Pazarlamasında Pazarlama Stratejisi ve Konumlandırma Çalışmalarına Kavramsal Yaklaşım**
 KARABİYIK N., inci sümər b.
 İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, 2012 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Perakendecilik Tarihi : Akademik ve Uygulama Açısından Betimsel Bir İnceleme**
 KARABİYIK YERDEN N.
 Türkmen Yayınevi, İstanbul, 2020
- II. **Fiyat**
 KARABİYIK YERDEN N.
 in: Pazarlama, Serpil Ünal Kestane, Editor, Nobel, Ankara, pp.169-190, 2020
- III. **Ürün**
 KARABİYIK YERDEN N.
 in: Pazarlama, Serpil Ünal Kestane, Editor, Nobel, Ankara, pp.143-168, 2020
- IV. **COVID-19, ENTREPRENEURSHIP AND MARKETING**
 KARABİYIK YERDEN N.
 in: COVID-19 AND NEW BUSINESS ECOSYSTEM, Asst. Prof. Dr. Duygu HIDIROĞLU, Asst. Prof. Dr. Semih Serkant AKTUG, Asst. Prof. Dr. Osman YILMAZ, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.347-370, 2020
- V. **Aile İşletmelerinde Pazarlama Stratejileri**
 KARABİYIK YERDEN N.
 in: Aile İşletmelerinde Pazarlama ve Marka Yönetimi, Dr. Öğr. Üyesi Osman YILMAZ, Dr. Öğr. Üyesi Osman ÖZDEMİR, Editor, Kriter Yayınevi, İstanbul, pp.1-19, 2020
- VI. **Icon Brand in Destination Marketing and the Istanbul Case Study**
 KARABİYIK N., UYDACI M.

- in: Turkey and Turkish Studies. Special Edition, Uydaci Mert, Editor, ATINER, pp.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.
in: Special Topics in Economics Management, Foster Elvis C., Tzempelikos Nektarios, Sakellariou Chris, Andrikopoulos Panagiotis, Editor, Greece by the Athens Institute for Education and Research, Atina, pp.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.
in: Special Topics in EconomicsManagement, Foster Elvis C., Tzempelikos Nektarios, Sakellariou Chris, Andrikopoulos Panagiotis, Editor, Greece by the Athens Institute for Education and Research, Athens, pp.83-99, 2017
- X. **The Measurement of Turkish Consumers' Attitudes Towards Neuromarketing With Fmri Method**
Karabıyık Yerden N.
in: Marketing in Transition, Scarcity and Globalism & Sustainability, NİKOLAPapaolus, Editor, Springer, London/Berlin , Athens, pp.1-15, 2015
- XI. **The Measurement of Turkish Consumers' Attitudes towards Neuromarketing with fMRI Method**
UYDACI M., KARABIYIK N.
in: Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science, Campbell Colin L., Editor, Springer, pp.44-49, 2015

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- 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, Cyprus (Kktc), 8 - 09 September 2020, pp.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, Turkey, 4 - 05 October 2018, pp.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, Turkey, 4 - 05 October 2018, pp.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 October 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 May 2017, pp.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, Greece, 23 - 26 August 2017, pp.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 MigrationConference 2017, Atina, Greece, 28 August 2017, pp.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, Greece, 28 August 2017, pp.164-167
- IX. **Icon Brands**
KARABIYIK N., UYDACI M.
4th International Conference on Turkey and Turkish Studies, 19 - 22 June 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 June 2017, pp.42
- XI. **Growing Concept in Retailing Shopping Malls in İstanbul between 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 June 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, Czech Republic, 25 - 27 June 2015, pp.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, Turkey, 2 - 04 May 2012, pp.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, United Kingdom, 7 - 09 December 2012, pp.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, Turkey, 26 - 29 October 2010, pp.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, Turkey, 3 - 04 June 2008, pp.221-234
- XVII. **The position of electronic education in the higher education system of the future and a research on university students**
Karabiyik Yerden N., Uydaci M., Değerli B.
II. İstanbul Bilişim Kongresi, İstanbul, Turkey, 3 - 05 June 2008, pp.83-88

Metrics

Publication: 40

Non Academic Experience

Mioro Hediyelik Eşya San. ve Tic .A.Ş.