

Personal Information

Email: nurhantosun@marmara.edu.tr

Biography

Lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimini Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde tamamlayan Nurhan Babür Tosun, halen profesör unvanıyla Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık ve Tanıtım Anabilim Dalı Başkanı olarak görev yapmaktadır. Tosun'un marka yönetimi, pazarlama iletişimi ve reklam alanlarında ulusal ve uluslararası bildiri, makale ve kitap bölümleri mevcuttur. "*Pazarlama Halkla İlişkiler ve Reklam*" ve "*Marka Yönetimi*" adlı kitapları bulunan Tosun ayrıca "*Reklam Yönetimi*" kitabının da ortak yazarıdır.

Education Information

Doctorate, Marmara University, Faculty of Communication, Public Relations and Publicity, Turkey 1985 - 1991

Post Graduate, Marmara University, Faculty of Communication, Radyo, Sinema Ve Televizyon Bölümü, Turkey 1983 - 1985

Under Graduate, Marmara University, Faculty of Communication, Radyo, Sinema Ve Televizyon Bölümü, Turkey 1979 - 1983

Dissertations

Doctorate, Çocuklara yönelik reklamların etkileri ve bir araştırma, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 1991

Post Graduate, TRT'nin statüsü ile ilgili kamuoyu, Marmara University, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon Ve Sinema Bölümü, 1985

Research Areas

Social Sciences and Humanities

Academic Titles / Tasks

Professor, Marmara University, Faculty of Communication, Public Relations and Publicity, 2011 - Continues

Associate Professor, Marmara University, Faculty of Communication, Public Relations and Publicity, 2005 - 2011

Assistant Professor, Marmara University, Faculty of Communication, Public Relations and Publicity, 2002 - 2005

Professional Experience

Head of Department, Marmara University, Faculty of Communication, Public Relations and Publicity, 2014 - Continues

Head of Department, Marmara University, Faculty of Communication, Public Relations and Publicity, 2011 - 2011

Vice Dean, Marmara University, Faculty of Communication, Public Relations and Publicity, 2010 - 2011

Articles Published in Journals That Entered SCI, SSCI and AHCI Indexes

- The Match-Up Hypothesis Revisited: A Social Psychological Perspective

Articles Published in Other Journals

- **MARKA TOPLULUKLARININ TÜKETİM DAVRANIŞLARINDA NOSTALJİK İMAJ TÜKETİMİNİN ROLÜ: VOLKSWAGEN BEETLE TÜRKİYE KULLANICILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
TOSUN N. Z. , AŞÇI D.
İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi, vol.6, pp.43-70, 2019 (Other Refereed National Journals)
- **RASYONEL FAYDANIN SAĞLADIĞI DUYGUSAL TATMİN**
ÜLKER Y., DÖNMEZ M., TOSUN N. Z.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ AKADEMİK DERGİSİ, vol.12, pp.914-939, 2019 (Other Refereed National Journals)
- **Rasyonel Faydanın Sağladığı Duygusal Tatmin**
Ülker Y., Dönmez M. S. , Tosun N. Z.
Selçuk İletişim, vol.12, pp.914-939, 2019 (National Refreed University Journal)
- **ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM (EWOM) KANALI OLARAK YOUTUBE VLOGGERLARIN SATIN ALMA NİYETİ OLUŞUMUNDAKİ ROLÜ**
MÜFTÜOĞLU S., TOSUN N. Z. , ÜLKER Y.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, vol.9, pp.231-254, 2018 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (Ewom) Kanalı Olarak Youtube Vloggerların Satın Alma Niyeti Oluşumundaki Rolü**
Ülker Y., Tosun N. Z.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, vol.9, pp.231-254, 2018 (International Refereed University Journal)
- **Sanal Marka Topluluklarının Marka Sadakati Üzerindeki Rolü**
TOSUN N. Z. , TURFANDA S.
Yıldız Sosyal Bilimler Dergisi (YSBED), vol.2, pp.95-117, 2018 (Other Refereed National Journals)
- **HAZCI VE FAYDACI YAKLAŞIMIN MARKA BAĞI OLUŞUMUNDAKİ ROLÜ**
TOSUN N. Z. , DÖNMEZ M.
Öneri Dergisi, vol.13, pp.16-34, 2018 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Hazcı ve Faydacı Yaklaşımın Marka Bağı Oluşumundaki Rolü**
Tosun N. Z. , Dönmez M. S.
Öneri Dergisi, vol.13, pp.16-34, 2018 (International Refereed University Journal)
- **Tüketicinin Demografik Özellikleri Bağlamında Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Marka Tutumundaki Rolü**
Tosun N. Z. , Ülker Y.
Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, pp.177-203, 2018 (International Refereed University Journal)
- **TÜKETİMİN PARANORMALİ: GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM VE PARANORMAL İNANÇ İLİŞKİSİ**
TOSUN N. Z. , KARŞU CESUR D.
Öneri Dergisi, vol.13, pp.167-186, 2018 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Tüketimin Paranormali: Gösterişçi Tüketim ve Paranormal İnanç İlişkisi**
Tosun N. Z. , Karşu Cesur D.
Öneri Dergisi, vol.13, pp.167-186, 2018 (International Refereed University Journal)
- **Gösterişsiz Tüketim Kavramı Bağlamında Tüketici Algısı**
Tosun N. Z. , Ülker Y.
Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları, vol.4, pp.1-18, 2017 (National Refreed University Journal)
- **Parodi Kullanımının Marka İmajına Etkisi**
Tosun N. Z.
Öneri Dergisi, vol.12, pp.321-338, 2016 (International Refereed University Journal)
- **Kadınların Televizyon Reklamlarında Erkek İmgesi Kullanımına Yönelik Tutumlarında Demografik Özelliklerin Rolü**

Tosun N. Z. , Ülker Y.

Akdeniz İletişim Fakültesi Dergisi, pp.225-247, 2016 (National Refreed University Journal)

• **Impact of utilitarian and hedonic attitudes on the dimension of brand trust**

DENEÇLİ C., TOSUN N. Z.

Galatasaray İletişim, pp.151-168, 2015 (Refereed Journals of Other Institutions)

• **Impact of utilitarian and hedonic attitudes on the dimension of brand trust**

Tosun N. Z.

Galatasaray İletişim Dergisi, pp.151-168, 2015 (International Refreed University Journal)

• **Duyusal Markalamanın Marka Sadakati Üzerindeki Rolü**

Tosun N. Z. , Elmasoğlu K.

Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, vol.2, pp.91-111, 2015 (National Refreed University Journal)

• **Marka Farkındalığında Maskot Kullanımının Etkileri**

Tosun N. Z.

Journal of Life Economics, vol.2, pp.87-113, 2014 (Refereed Journals of Other Institutions)

• **Kategori Genişlemesinin Marka Sadakatindeki Rolünün İncelenmesi**

Tosun N. Z.

Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları, vol.8, pp.9-37, 2012 (National Refreed University Journal)

• **Managing Marketing Communications Strategically in a Developing Country**

Tosun N. Z. , Yüksel M.

The Business Review, vol.13, pp.214-220, 2009 (Refereed Journals of Other Institutions)

• **Doğrudan Pazarlama Reklamlarının Etkisi**

TOSUN N. Z.

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,, pp.9-26, 2009 (Other Refereed National Journals)

• **Kurumsal Kimliğin Marka Yaratma Sürecindeki İşlevi**

TOSUN N. Z.

Öneri Dergisi, Marmara Üniversitesi, vol.29, pp.231-234, 2008 (Other Refereed National Journals)

• **The Synergistic Interaction Between Point of Purchase Communications and Public Relation**

TOSUN N. Z.

The Business Review, vol.11, pp.273-278, 2008 (Refereed Journals of Other Institutions)

• **Marka Değeri Yaratmada Reklam ile Halkla İlişkiler Arasındaki Etkileşim**

TOSUN N. Z.

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, pp.181-199, 2007 (Other Refereed National Journals)

• **Post Modern Reklamların Etkisi**

TOSUN N. Z.

Öneri Dergisi, Marmara Üniversitesi SBE Dergisi, vol.13, pp.341-349, 2007 (Other Refereed National Journals)

• **Reklam Aracı Olarak Kadın**

TOSUN N. Z.

Kadın Çalışmaları Dergisi, vol.1, pp.88-93, 2006 (Other Refereed National Journals)

• **İşletmeler Açısından Uluslar arası İletişim**

TOSUN N. Z.

Yeni Düşünceler Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,, vol.1, pp.9-18, 2005 (Other Refereed National Journals)

• **Kullanılan Teknikler Açısından İnternet Reklamları**

TOSUN N. Z.

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,, vol.3, pp.159-167, 2004 (Other Refereed National Journals)

• **Financial Value and Public Relations**

TOSUN N. Z.

Corporate Communications, vol.3, pp.202-208, 2004 (Refereed Journals of Other Institutions)

• **Reklam İletişimi Yönünden Tüketici Karar Verme Süreci**

TOSUN N. Z.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, vol.1, pp.1-15, 2003 (Other Refereed National Journals)

• **Bir Uzmanlık Alanı Olarak Lobicilik**

TOSUN N. Z.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, vol.3, pp.349-364, 2003 (Other Refereed National Journals)

- **Negatif Politik Reklamların Etkinliğinin Değerlendirilmesi**

TOSUN N. Z.

Atatürk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.17, pp.321-338, 2003 (Other Refereed National Journals)

- **Satın Alma Reklamlarının Etkisi**

TOSUN N. Z.

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi., vol.1, pp.87-106, 2003 (Other Refereed National Journals)

- **Kurumsal İletişim Sürecinde Reklamın ve İmaj Yönetiminin Bütünleşik Konumu**

TOSUN N. Z.

Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.18, pp.173-192, 2003 (Other Refereed National Journals)

- **Kurumsal Halkla İlişkilerin Bütünleşik Pazarlama İletişim Sürecinde Değerlendirilme Sorunu**

TOSUN N. Z.

Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, pp.25-52, 2002 (Other Refereed National Journals)

- **Finansal Halkla İlişkilerde Hedef Kitleye Ulaşma Yöntemleri**

TOSUN N. Z.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, vol.2, pp.709-724, 2002 (Other Refereed National Journals)

- **Ürünün Yaşam Eğrisinde Halkla İlişkiler Amaçları ve Stratejileri**

TOSUN N. Z.

Pazarlama Dünyası,, vol.15, pp.32-36, 2001 (Other Refereed National Journals)

- **Sponsorluğun Kurumsal ve Pazarlama Halkla İlişkileri Açısından Değerlendirilmesi**

TOSUN N. Z.

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Öneri,, vol.3, pp.143-147, 2000 (Other Refereed National Journals)

- **Pazarlama Halkla İlişkileri Yeterli Düzeyde Kavranabildi mi**

TOSUN N. Z.

Pazarlama Dünyası, vol.14, pp.34-38, 2000 (Other Refereed National Journals)

- **Marka İmajı Oluşturmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi**

TOSUN N. Z.

Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.16, pp.363-367, 2000 (Other Refereed National Journals)

- **Halkla İlişkilerin Pazarlama Literatüründe Yeniden Ele Alınması Gerekmiyor mu**

TOSUN N. Z.

Pazarlama Dünyası, vol.13, pp.13-27, 1999 (Other Refereed National Journals)

- **Halkla İlişkilerin İşletmelerin Kriz Dönemlerindeki Rolü ve Önemi**

TOSUN N. Z.

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Öneri, vol.2, pp.251-254, 1999 (Other Refereed National Journals)

- **Reklamların Tüketicilerin Satın Alma Davranışına Etkisi**

TOSUN N. Z.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Öneri, vol.1, pp.123-125, 1995 (Other Refereed National Journals)

Book & Book Chapters

- **MARKA YÖNETİMİ**

Tosun N. Z.

Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2020

- **POSTMODERN İLETİŞİM ARACI OLARAK YENİ MEDYA**

Tosun N. Z. , Dönmez M. S.

in: DIJİTAL EVRENİN YENİ İLETİŞİM KODLARI, Sevda Deneçli, Editor, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul, pp.1-24, 2020

- **Türkiye Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü**

Kırçova İ., Tosun N. Z. , Karşu Cesur D., Köse Ş. G.

İTO, İstanbul, 2019

• **Reklam Yönetimi**

Tosun N. Z. , Tüzel Uraltaş K. N. , Nas A., Özkaya B., Güdüm S., Ertürk B., Dönmez M., Çerçi Mustafazade M., Ülker Y., Karşu Cesur D., et al.

Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2018

• **Use of Transmedia Storytelling Within the Context of Postmodern Advertisement**

TOSUN N. Z. , DÖNMEZ M.

in: Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies, Yılmaz Recep, Erdem M. Nur, Resuloğlu Filiz., Editor, IGI GLOBAL, Hersey, pp.350-372, 2018

• **Marka Yönetimi (Güncellenmiş 3. Baskı)**

Tosun N. Z.

Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2017

• **Halkla İlişkiler Disiplinini Tanımlamak**

TOSUN N. Z. , MUSTAFAZADE M.

in: Halkla İlişkiler Uygulaması, Seda Mengü Çakar , Editor, Nobel, Ankara, pp.1-23, 2016

• **Marka Yönetimi**

Tosun N. Z.

Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2014

• **İletişim Temelli Marka Yönetimi**

Tosun N. Z.

Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2010

• **Pazarlama Halkla İlişkileri ve Reklam**

Tosun N. Z.

Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2003

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

• **Hedonizm Bağlamında Teknolojik Ürünlerin Yarattığı Duygusal Tatmin**

ÜLKER Y., DÖNMEZ M., TOSUN N. Z.

4. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi (UBAK), Yalova, Turkey, 14 - 17 February 2019

• **Değişen Güzellik Kavramının Reklamlara Yansması**

ÜLKER Y., NAS A., TOSUN N. Z.

International Management and Social Science Symposium, İstanbul, Turkey, 17 - 19 November 2018, pp.22-31

• **Reklamlarda Mizah ve Cinsel Çekicilik Kullanımının Satın Alma Davranışına Yansması**

ÜLKER Y., TOSUN N. Z. , DÖNMEZ M.

IPRAC, Antalya, Turkey, 12 - 13 May 2018, pp.171-186

• **Using of homosexual image in Ads: Canada and Turkey Samples**

TOSUN N. Z. , TÜZEL URALTAŞ K. N. , ÜLKER Y.

14th International Symposium Communication in The Millennium, İstanbul, Turkey, 5 - 07 May 2016

• **The New Paradigm: Public Relations Managers' Attitudes Towards Innovation in Order to Create Brand Reputation**

Savaş Gün F., Tosun N. Z. , Özkaya B.

Euprepa 2012 Congress, İstanbul, Turkey, 20 - 22 September 2012

• **Turkish Manager s Attitudes towards Humor in Advertising**

PELTEKOĞLU Z. F. , TOSUN N. Z. , TÜZEL URALTAŞ K. N. , BAHADIRLI L. S.

I.M.D.A, Granada, Nicaragua, 10 - 14 July 2005, pp.513-519

• **Integrated Marketing Communications Practices in Turkish Companies**

TOSUN N. Z. , TÜZEL URALTAŞ K. N. , AYDOĞAN BOSCHELE F.

13th World Business Congress, Maastricht, Netherlands, 14 - 18 July 2004, vol.1, pp.72-77