

## Kişisel Bilgiler

E-posta: nurhantosun@marmara.edu.tr

## Biyografi

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.

## Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, Türkiye 1985 - 1991  
Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Sinema Ve Televizyon Bölümü, Türkiye 1983 - 1985  
Lisans, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Sinema Ve Televizyon Bölümü, Türkiye 1979 - 1983

## Yaptığı Tezler

Doktora, Çocuklara yönelik reklamların etkileri ve bir araştırma, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 1991  
Yüksek Lisans, TRT'nin statüsü ile ilgili kamuoyu, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon Ve Sinema Bölümü, 1985

## Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler

## Akademik Unvanlar / Görevler

Prof.Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2011 - Devam Ediyor  
Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2005 - 2011  
Yrd.Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2002 - 2005

## Mesleki Deneyim

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2014 - Devam Ediyor  
Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2011 - 2011  
Dekan Yardımcısı, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü, 2010 - 2011

## SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- **The Match-Up Hypothesis Revisited: A Social Psychological Perspective**  
Varnalı K., Tosun N. Z.

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- **MARKA TOPLULUKLARININ TÜKETİM DAVRANIŞLARINDA NOSTALJİK İMAJ TÜKETİMİNİN ROLÜ: VOLKSWAGEN BEETLE TÜRKİYE KULLANICILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**  
TOSUN N. Z. , Aşçı D.  
İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi, cilt.6, ss.43-70, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **RASYONEL FAYDANIN SAĞLADIĞI DUYGUSAL TATMİN**  
ÜLKER Y., DÖNMEZ M., TOSUN N. Z.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ AKADEMİK DERGİSİ, cilt.12, ss.914-939, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Rasyonel Faydanın Sağladığı Duygusal Tatmin**  
Ülker Y., Dönmez M. S. , Tosun N. Z.  
Selçuk İletişim, cilt.12, ss.914-939, 2019 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **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, cilt.9, ss.231-254, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **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, cilt.9, ss.231-254, 2018 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Sanal Marka Topluluklarının Marka Sadakati Üzerindeki Rolü**  
TOSUN N. Z. , Turfanda S.  
Yıldız Sosyal Bilimler Dergisi (YSBED), cilt.2, ss.95-117, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **HAZCI VE FAYDACI YAKLAŞIMIN MARKA BAĞI OLUŞUMUNDAKİ ROLÜ**  
TOSUN N. Z. , DÖNMEZ M.  
Öneri Dergisi, cilt.13, ss.16-34, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Hazcı ve Faydacı Yaklaşımın Marka Bağı Oluşumundaki Rolü**  
Tosun N. Z. , Dönmez M. S.  
Öneri Dergisi, cilt.13, ss.16-34, 2018 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Tüketicinin Demografik Özellikleri Bağlamında Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Marka Tutumundaki Rolü**  
Tosun N. Z. , Ülker Y.  
Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, ss.177-203, 2018 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **TÜKETİMİN PARANORMALİ: GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM VE PARANORMAL İNANÇ İLİŞKİSİ**  
TOSUN N. Z. , KARŞU CESUR D.  
Öneri Dergisi, cilt.13, ss.167-186, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Tüketimin Paranormali: Gösterişçi Tüketim ve Paranormal İnanç İlişkisi**  
Tosun N. Z. , Karşu Cesur D.  
Öneri Dergisi, cilt.13, ss.167-186, 2018 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Gösterişsiz Tüketim Kavramı Bağlamında Tüketici Algısı**  
Tosun N. Z. , Ülker Y.  
Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları, cilt.4, ss.1-18, 2017 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Parodi Kullanımının Marka İmajına Etkisi**  
Tosun N. Z.  
Öneri Dergisi, cilt.12, ss.321-338, 2016 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Kadınların Televizyon Reklamlarında Erkek İmgesi Kullanımına Yönelik Tutumlarında Demografik Özelliklerin Rolü**  
Tosun N. Z. , Ülker Y.

- Akdeniz İletişim Fakültesi Dergisi, ss.225-247, 2016 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Impact of utilitarian and hedonic attitudes on the dimension of brand trust**  
DENEÇLİ C., TOSUN N. Z.  
Galatasaray İletişim, ss.151-168, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Impact of utilitarian and hedonic attitudes on the dimension of brand trust**  
Tosun N. Z.  
Galatasaray İletişim Dergisi, ss.151-168, 2015 (Hakemli Üniversite Dergisi)
  - **Duyusal Markalamanın Marka Sadakati Üzerindeki Rolü**  
Tosun N. Z. , Elmasoğlu K.  
Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, cilt.2, ss.91-111, 2015 (Hakemli Üniversite Dergisi)
  - **Marka Farkındalığında Maskot Kullanımının Etkileri**  
Tosun N. Z.  
Journal of Life Economics, cilt.2, ss.87-113, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Kategori Genişlemesinin Marka Sadakatindeki Rolünün İncelenmesi**  
Tosun N. Z.  
Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları, cilt.8, ss.9-37, 2012 (Hakemli Üniversite Dergisi)
  - **Managing Marketing Communications Strategically in a Developing Country**  
Tosun N. Z. , Yüksel M.  
The Business Review, cilt.13, ss.214-220, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Doğrudan Pazarlama Reklamlarının Etkisi**  
TOSUN N. Z.  
Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,, ss.9-26, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Kurumsal Kimliğin Marka Yaratma Sürecindeki İşlevi**  
TOSUN N. Z.  
Öneri Dergisi, Marmara Üniversitesi, cilt.29, ss.231-234, 2008 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **The Synergistic Interaction Between Point of Purchase Communications and Public Relation**  
TOSUN N. Z.  
The Business Review, cilt.11, ss.273-278, 2008 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Marka Değeri Yaratmada Reklam ile Halkla İlişkiler Arasındaki Etkileşim**  
TOSUN N. Z.  
Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, ss.181-199, 2007 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Post Modern Reklamların Etkisi**  
TOSUN N. Z.  
Öneri Dergisi, Marmara Üniversitesi SBE Dergisi, cilt.13, ss.341-349, 2007 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Reklam Aracı Olarak Kadın**  
TOSUN N. Z.  
Kadın Çalışmaları Dergisi, cilt.1, ss.88-93, 2006 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **İşletmeler Açısından Uluslar arası İletişim**  
TOSUN N. Z.  
Yeni Düşünceler Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,, cilt.1, ss.9-18, 2005 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Kullanılan Teknikler Açısından İnternet Reklamları**  
TOSUN N. Z.  
Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,, cilt.3, ss.159-167, 2004 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Financial Value and Public Relations**  
TOSUN N. Z.  
Corporate Communications, cilt.3, ss.202-208, 2004 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Reklam İletişimi Yönünden Tüketici Karar Verme Süreci**  
TOSUN N. Z.  
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, cilt.1, ss.1-15, 2003 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
  - **Bir Uzmanlık Alanı Olarak Lobicilik**  
TOSUN N. Z.  
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, cilt.3, ss.349-364, 2003 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- **Negatif Politik Reklamların Etkinliğinin Değerlendirilmesi**  
TOSUN N. Z.  
Atatürk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.17, ss.321-338, 2003 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Satın Alma Reklamlarının Etkisi**  
TOSUN N. Z.  
Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi., cilt.1, ss.87-106, 2003 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Kurumsal İletişim Sürecinde Reklamın ve İmaj Yönetiminin Bütünleşik Konumu**  
TOSUN N. Z.  
Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.18, ss.173-192, 2003 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Kurumsal Halkla İlişkilerin Bütünleşik Pazarlama İletişim Sürecinde Değerlendirilme Sorunu**  
TOSUN N. Z.  
Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, ss.25-52, 2002 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Finansal Halkla İlişkilerde Hedef Kitleye Ulaşma Yöntemleri**  
TOSUN N. Z.  
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, cilt.2, ss.709-724, 2002 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Ürünün Yaşam Eğrisinde Halkla İlişkiler Amaçları ve Stratejileri**  
TOSUN N. Z.  
Pazarlama Dünyası,, cilt.15, ss.32-36, 2001 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Sponsorluğun Kurumsal ve Pazarlama Halkla İlişkileri Açısından Değerlendirilmesi**  
TOSUN N. Z.  
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Öneri,, cilt.3, ss.143-147, 2000 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Pazarlama Halkla İlişkileri Yeterli Düzeyde Kavranabildi mi**  
TOSUN N. Z.  
Pazarlama Dünyası, cilt.14, ss.34-38, 2000 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Marka İmajı Oluşturmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi**  
TOSUN N. Z.  
Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.16, ss.363-367, 2000 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Halkla İlişkilerin Pazarlama Literatüründe Yeniden Ele Alınması Gerekmiyor mu**  
TOSUN N. Z.  
Pazarlama Dünyası, cilt.13, ss.13-27, 1999 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Halkla İlişkilerin İşletmelerin Kriz Dönemlerindeki Rolü ve Önemi**  
TOSUN N. Z.  
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Öneri, cilt.2, ss.251-254, 1999 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Reklamların Tüketicilerin Satın Alma Davranışına Etkisi**  
TOSUN N. Z.  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Öneri, cilt.1, ss.123-125, 1995 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

## Kitap & Kitap Bölümleri

- **MARKA YÖNETİMİ**  
Tosun N. Z.  
Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, 2020
- **POSTMODERN İLETİŞİM ARACI OLARAK YENİ MEDYA**  
Tosun N. Z. , Dönmez M. S.  
DİJİTAL EVRENİN YENİ İLETİŞİM KODLARI, Sevda Deneçli, Editör, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul, ss.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.

Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies, Yılmaz Recep, Erdem M. Nur, Resuloğlu Filiz., Editör, IGI GLOBAL, Hersey, ss.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.

Halkla İlişkiler Uygulaması, Seda Mengü Çakar , Editör, Nobel, Ankara, ss.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

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

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

ÜLKER Y., DÖNMEZ M., TOSUN N. Z.

4. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi(UBAK), Yalova, Türkiye, 14 - 17 Şubat 2019

- **Değişen Güzellik Kavramının Reklamlara Yansıması**

ÜLKER Y., NAS A., TOSUN N. Z.

International Management and Social Science Symposium, İstanbul, Türkiye, 17 - 19 Kasım 2018, ss.22-31

- **Reklamlarda Mizah ve Cinsel Çekicilik Kullanımının Satın Alma Davranışına Yansıması**

ÜLKER Y., TOSUN N. Z. , DÖNMEZ M.

IPRAC, Antalya, Türkiye, 12 - 13 Mayıs 2018, ss.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, Türkiye, 5 - 07 Mayıs 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, Türkiye, 20 - 22 Eylül 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, Nikaragua, 10 - 14 Temmuz 2005, ss.513-519

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

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

13th World Business Congress, Maastricht, Hollanda, 14 - 18 Temmuz 2004, cilt.1, ss.72-77