

Doç.Dr. ÖZLEN ONURLU

Kişisel Bilgiler

E-posta: ozlenonurlu@marmara.edu.tr

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

Eğitim Bilgileri

Doktora, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Ve Üretim Bölümü, Türkiye 1982 - 1992

Yüksek Lisans, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme (YI), Türkiye 1981 - 1982

Yüksek Lisans, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Ve Pazarlama Araştırmaları (YI), Türkiye 1981 - 1982

Lisans, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Ve Maliye Pr., Türkiye 1976 - 1981

Yaptığı Tezler

Doktora, İmalat sanayiinde ithalatın firmaların rekabet gücüne etkisi ve bir araştırma, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Ve Üretim Bölümü, 1992

Yüksek Lisans, Reklam ajansları, firmaların reklam ajansı seçimi ve konuya ilişkin bir uygulama, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Ve Pazarlama Araştırmaları (YI), 1982

Yüksek Lisans, İhracatı teşvik tedbirlerinden kredilere ilişkin teşvikler, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme (YI), 1982

Akademik Unvanlar / Görevler

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

Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2003 - 2010

Araştırma Görevlisi, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Ve Üretim Bölümü, 1981 - 1993

Yönetilen Tezler

ONURLU Ö., Mağaza atmosfer faktörlerinin kurum itibarına etkisi ve bir araştırma, Yüksek Lisans, Z.Aymer(Öğrenci), 2019

ONURLU Ö., Marka kişiliği unsurları ile tüketici satın alma tutumlarını etkileyen faktörlerden sosyal faktörler ile arasındaki ilişki ve bir araştırma, Yüksek Lisans, N.Yayla(Öğrenci), 2019

ONURLU Ö., Influencer'ların marka kişilikleri ve takipçilerin kişiliklerinin yeni ürün satın alma niyetine etkisi ve bir araştırma, Yüksek Lisans, C.Aynısoy(Öğrenci), 2019

ONURLU Ö., Spor pazarlamasının artan önemi ve spor pazarlamasında tutundurma stratejileri: popüler olmayan spor dallarından bisiklet sporu üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, B.Bilgiseven(Öğrenci), 2019

ONURLU Ö., Mağaza atmosferi unsurları ile yeniden satın alma niyeti arasındaki ilişki ve kahve dükkanları üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, M.Atasayar(Öğrenci), 2019

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

1. **Repositioning Strategies and a study in automotive sector Ford Fiesta Turkey Example**

ONURLU Ö., Özdemirci S.

International Journal of Research in Finance and Marketing, cilt.6, sa.3, ss.127-136, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

II. ALKOLSÜZ İÇECEK PAZARINDA FİZİKSEL DAĞITIM İŞLEVLERİNDEN SİPARİŞ İŞLEME FAALİYETLERİNİN İNCELENMESİ ve BİR UYGULAMA

ONURLU Ö., Özçelik C.

the Journal of Academic Social Sciences, cilt.23, sa.23, ss.110-127, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

III. THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER SATISFACTION AND INTERNAL SERVICE QUALITY FROM AN INTERNAL MARKETING PERSPECTIVE AND AN APPLICATION IN THE BANKING SECTOR

ONURLU Ö., Karataş S.

International Journal of Research GRANTHAALAYAH, cilt.4, sa.2, ss.159-178, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

IV. KÜRESEL MARKALARIN YEREL PAZARLARDAKİ REKLAM STRATEJİLERİ İLE KÜLTÜREL FARKLILIKLAR ARASINDAKİ İLGİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

ONURLU Ö., ZULFUGAROVA N.

Öneri Dergisi, cilt.12, sa.45, ss.491-513, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

V. Stratejik Pazarlama Yönetimi Açısından Rekabet Üstünlüğü Sağlayabilecek Kişisel Satış Teknikleri ve Bir Uygulama

ONURLU Ö., Yazıcı H. M.

Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi, cilt.52, sa.610, ss.63-77, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

VI. Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yaklaşımı Açısından Gerilla Pazarlaması ve Bir Uygulama

PİRTİNİ S., ONURLU Ö., ŞAHİN Ş.

ÖNERİ - Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.8, sa.32, ss.51-59, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Kitap & Kitap Bölümleri

I. İŞLETMELERDE KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİ AÇISINDAN ETKİN MÜŞTERİ İLETİŞİMİ TEKNİKLERİ Güncel Sektörel Örnekler

ONURLU Ö.

Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 2016

II. Pazarlama İletişiminde Değer Yaratma Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar

PİRTİNİ S., ONURLU Ö., TIĞLI M.

Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 1 Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler, Can Bilgili, Gülüm Şener, Editör, Grafik Tasarım Yayıncılık Sanayii Limited Şirketi, İstanbul, ss.203-212, 2013

III. Değer Yaratıcı Unsurlar ve Pazarlama Performansı Açısından Entellektüel Sermayenin Maddi Varlıklara Dönüştürülmesi: Kavramsal Bir Çerçeve

PİRTİNİ S., ONURLU Ö., TIĞLI M.

Pazarlama İşletme Yönetimi ve Eğitiminde Seçilmiş Yazılar, Nimet Uray, Şebnem Burnaz, Elif Karaosmanoğlu, A. Banu Elmadağ Baş, Gonca Ulubaşoğlu, Canan Aktan, Melek Demiray, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, ss.187-206, 2011

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. Corporate Social Responsibility and Branding

KARAOSMAN H., ONURLU Ö., BAŞCI A.

5th International Conference of AM's Brand, Identity, and Corporate Reputation SIG, Cambridge, Kanada, 1 - 03 Eylül 2009, ss.90

II. A Qualitative Research On Consumer Perceptions of Two Visual Components Of Brands Namely

Logos and Mascots

TIĞLI M., ONURLU Ö., PİRTİNİ S.

Yeditepe International Research Conference on Business Strategies, İstanbul, Türkiye, 13 Haziran - 15 Ağustos
2008, ss.723-737