

Prof. ÖZLEN ONURLU

Personal Information

Email: ozlenonurlu@marmara.edu.tr

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

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0003-3551-4127

Yoksis Researcher ID: 173159

Education Information

Doctorate, Istanbul University, School Of Business, Pazarlama Ve Üretim Bölümü, Turkey 1982 - 1992

Postgraduate, Istanbul University, School Of Business, Pazarlama Ve Pazarlama Araştırmaları (YI), Turkey 1981 - 1982

Postgraduate, Istanbul University, Faculty Of Economics, İşletme (YI), Turkey 1981 - 1982

Undergraduate, Istanbul University, Faculty Of Economics, İşletme Ve Maliye Pr., Turkey 1976 - 1981

Dissertations

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

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

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

Academic Titles / Tasks

Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2023 - Continues

Associate Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2017 - 2023

Lecturer PhD, Marmara University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Business Administration, 2003 - 2010

Research Assistant, Istanbul University, School Of Business, Pazarlama Ve Üretim Bölümü, 1981 - 1993

Courses

Satış Yönetimi, Postgraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Kişisel Satış Teknikleri, Undergraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Tüketici Davranışı Teorisi, Doctorate, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Kişisel Satış Teknikleri, Undergraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Hizmet Pazarlaması, Postgraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Stratejik Pazarlama ve Rekabet Analizi, Postgraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Pazarlama İlkeleri, Undergraduate, 2020 - 2021, 2016 - 2017

Pazarlama Yönetimi, Undergraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Pazarlama İlkeleri, Undergraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Hizmet Pazarlaması, Undergraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017
Hizmet Pazarlaması, Undergraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018
Pazarlama Yönetimi, Undergraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017
Hizmet Pazarlaması, Postgraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018
Bilimsel Araştırma Teknikleri ile Araştırma Yayın Etiği, Doctorate, 2019 - 2020
Hizmet Pazarlaması, Postgraduate, 2016 - 2017

Advising Theses

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Postgraduate, Ö.Kaymaz(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Postgraduate, C.Oran(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Postgraduate, E.Bozkaya(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Postgraduate, S.Çağla(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Postgraduate, E.Elmas(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Postgraduate, T.Bayrambey(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Postgraduate, G.Kaya(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Postgraduate, M.Erata(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Postgraduate, A.Kömürcü(Student), Continues
Onurlu Ö., Dijital pazarlama yaklaşımı açısından webcare kalitesinin olumlu ağızdan ağıza pazarlama niyeti üzerindeki rolü ve bir araştırma, Postgraduate, G.KUŞAT(Student), 2022
Onurlu Ö., Bütüncül kanal müşteri deneyiminin sadakat niyetine etkisinde ilişki kalitesinin aracı rolü üzerine bir araştırma, Doctorate, G.KANDEMİR(Student), 2022
Onurlu Ö., Pazarlama 4.0 açısından doğal reklamların incelenmesi ve marka farkındalığına etkisi üzerine bir araştırma, Postgraduate, S.UYAK(Student), 2020
ONURLU Ö., Mağaza atmosfer faktörlerinin kurum itibarına etkisi ve bir araştırma, Postgraduate, Z.Aymer(Student), 2019
ONURLU Ö., Marka kişiliği unsurları ile tüketici satın alma tutumlarını etkileyen faktörlerden sosyal faktörler ile arasındaki ilişki ve bir araştırma, Postgraduate, N.Yayla(Student), 2019
ONURLU Ö., Mağaza atmosferi unsurları ile yeniden satın alma niyeti arasındaki ilişki ve kahve dükkanları üzerine bir araştırma, Postgraduate, M.Atasayar(Student), 2019
ONURLU Ö., Influencer'ların marka kişilikleri ve takipçilerin kişiliklerinin yeni ürün satın alma niyetine etkisi ve bir araştırma, Postgraduate, C.Aynısoy(Student), 2019
ONURLU Ö., Spor pazarlamasının artan önemi ve spor pazarlamasında tutundurma stratejileri: popüler olmayan spor dallarından bisiklet sporu üzerine bir araştırma, Postgraduate, B.Bilgiseven(Student), 2019

Advising Graduates (Non-Thesis)

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Masters (Non-Thesis,Evening Education), F.Rümeysa(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Masters (Non-Thesis,Evening Education), H.Çokgören(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Masters (Non-Thesis,Evening Education), A.Büyükyazıcı(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Masters (Non-Thesis,Evening Education), B.Özer(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Masters (Non-Thesis,Evening Education), R.Şakı(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Masters (Non-Thesis,Evening Education), Ö.Tanrıverdi(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Masters (Non-Thesis,Evening Education), A.Nur(Student), Continues
Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Masters (Non-Thesis,Evening Education), Ö.Güzel(Student), Continues
Onurlu Ö., İşletmelerin Stratejik Pazarlama Planlama Süreci Açısından Dijital Pazarlama Yöntemlerine Dönüşümü ve Bir Uygulama, Masters (Non-Thesis,Evening Education), B.Avvurur(Student), 2022
Onurlu Ö., KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİNDE SATIŞ SONRASI İZLEME AŞAMASI VE TELEKOMÜNİKASYON SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA: VODAFONE, Masters (Non-Thesis,Evening Education), K.Atbaş(Student), 2022
Onurlu Ö., KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİNDE MÜŞTERİ TİPLERİ AÇISINDAN SUNUM YÖNTEMLERİ ve BİR UYGULAMA, Masters

(Non-Thesis, Evening Education), S.Üstün(Student), 2022
Onurlu Ö., KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİNDE ÇATIŞMA YÖNETİMİ AÇISINDAN İTİRAZ KARŞILAMA VE BİR UYGULAMA (TURKCELL), Masters (Non-Thesis, Evening Education), E.Genç(Student), 2022
Onurlu Ö., SAMSUNG'DA KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİNDE KİŞİSEL SATIŞ TEMSİLCİLERİNİN ROLÜ VE BİR UYGULAMA, Masters (Non-Thesis, Evening Education), H.Tekin(Student), 2022
Onurlu Ö., KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİNDE DAĞITIM KANALLARINA YAPILAN SATIŞ KAPAMA TEKNİKLERİ VE BİR UYGULAMA, Masters (Non-Thesis, Evening Education), H.Yıldız(Student), 2022
Onurlu Ö., Kişisel Satış Süreci Açısından Sağlık Sektöründe Estetik Uygulamalar: Acıbadem Hastanesi Estetik Uygulamalar Örneği, Masters (Non-Thesis, Evening Education), Y.Tuğba(Student), 2022
Onurlu Ö., PAZARLAMAYI ETKİLEYEN MAKRO VE MİKRO ÇEVRESEL FAKTÖRLER AÇISINDAN STRATEJİK PAZARLAMA PLANLAMASININ ROLÜ VE BİR UYGULAMA, Masters (Non-Thesis, Evening Education), E.Gizem(Student), 2021
Onurlu Ö., SİGORTA HİZMETLERİNDE GENİŞLETİLMİŞ PAZARLAMA KARMASI YAKLAŞIMI AÇISINDAN HİZMET PAZARLAMASI PERFORMANSI VE BİR UYGULAMA, Masters (Non-Thesis, Evening Education), İ.Uzun(Student), 2021
Onurlu Ö., SİGORTA HİZMETLERİNDE GENİŞLETİLMİŞ PAZARLAMA KARMASI YAKLAŞIMI AÇISINDAN HİZMET PAZARLAMASI PERFORMANSI VE BİR UYGULAMA, Masters (Non-Thesis, Evening Education), N.Gün(Student), 2021
Onurlu Ö., İNŞAAT SEKTÖRÜNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA VE BİR UYGULAMA , Masters (Non-Thesis, Evening Education), İ.Emre(Student), 2021
Onurlu Ö., SATIŞ SONRASI HİZMETLERDE ÜRÜN İADESİ AÇISINDAN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE BİR UYGULAMA, Masters (Non-Thesis, Evening Education), E.Şirin(Student), 2021
Onurlu Ö., SATIŞ SONRASI HİZMETLERDE ÜRÜN İADESİ AÇISINDAN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE BİR UYGULAMA, Masters (Non-Thesis, Evening Education), F.Bulut(Student), 2021
Onurlu Ö., PAZARLAMADA MÜŞTERİ ODAKLILIĞIN MÜŞTERİ SADAKATI İLE İLİŞKİSİ VE BİR UYGULAMA, Masters (Non-Thesis, Evening Education), E.Bahar(Student), 2020
Onurlu Ö., SAĞLIK HİZMETLERİNDE İLETİŞİM AÇISINDAN DOKTOR, HASTA VE REFAKATÇİ ARASINDAKİ İLETİŞİMİN HASTANIN İYİLEŞME SÜRECİYLE İLİŞKİSİ VE BİR UYGULAMA, Masters (Non-Thesis, Evening Education), U.Bakır(Student), 2019
Onurlu Ö., UZUN METRAJLI TÜRK SİNEMA FİLMLERİNİN STRATEJİK PAZARLAMA PLANI İNCELEMESİ VE BİR UYGULAMA, Masters (Non-Thesis, Evening Education), Ö.Arslan(Student), 2019

Articles Published in Other Journals

- I. **YERLİ DİJİTAL PLATFORMLARDA ALGILANAN MARKA YERELLİĞİNİN MARKA TERCİHİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ VE ALGILANAN FİYAT DEĞERİ, ALGILANAN KALİTE DEĞERİ VE TÜKETİCİ BENLİK UYUMUNUN BU ETKİDEKİ MODERATÖR ROLÜ**
Gülöz G. E., Onurlu Ö., Müezzinoğlu D.
Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, vol.18, no.4, pp.1181-1207, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **THE ROLE OF WEBCARE QUALITY ON POSITIVE WOM MARKETING INTENTION IN DIGITAL MARKETING APPROACH AND A RESEARCH**
Onurlu Ö., Kuşat G.
Erciyes Akademi, vol.36, no.2, pp.759-780, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **FOOD NEOPHOBIA AND DESIRE TO USE FUNCTIONAL FOODS**
Onurlu Ö., Şener Aslay E.
Hakkari Review, vol.6, no.1, pp.14-26, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **The mediator role of brand trust in the effect of influencer's source credibility on the intent to purchase (Research on baby care products for mothers)**
Onurlu Ö., Bilgiseven B., Bilgili Sülük S.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.36, no.2, pp.165-174, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Bütüncül Kanal Yönetimi Açısından Müşteri Deneyiminin Değerlendirilmesi: Bir Literatür Analizi**
Onurlu Ö., Kandemir Çomoğlu G.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, vol.57, no.1, pp.16-33, 2022 (Peer-Reviewed Journal)

- VI. **Pazarlama 4.0 Açısından Doğal Reklamların İncelenmesi ve Marka Farkındalığına Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
Onurlu Ö., Uyak Çelik S.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.10, no.4, pp.2927-2944, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Repositioning Strategies and a study in automotive sector Ford Fiesta Turkey Example**
ONURLU Ö., Özdemirci S.
International Journal of Research in Finance and Marketing, vol.6, no.3, pp.127-136, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **ALKOLSÜZ İÇECEK PAZARINDA FİZİKSEL DAĞITIM İŞLEVLERİNDEN SİPARİŞ İŞLEME FAALİYETLERİNİN İNCELENMESİ ve BİR UYGULAMA**
ONURLU Ö., Özçelik C.
the Journal of Academic Social Sciences, vol.23, no.23, pp.110-127, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **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, vol.4, no.2, pp.159-178, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **KÜRESEL MARKALARIN YEREL PAZARLARDAKİ REKLAM STRATEJİLERİ İLE KÜLTÜREL FARKLILIKLAR ARASINDAKİ İLGİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA**
ONURLU Ö., ZULFUGAROVA N.
Öneri Dergisi, vol.12, no.45, pp.491-513, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Stratejik Pazarlama Yönetimi Açısından Rekabet Üstünlüğü Sağlayabilecek Kişisel Satış Teknikleri ve Bir Uygulama**
ONURLU Ö., Yazıcı H. M.
Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi, vol.52, no.610, pp.63-77, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yaklaşımı Açısından Gerilla Pazarlaması ve Bir Uygulama**
PİRTİNİ S., ONURLU Ö., ŞAHİN Ş.
ÖNERİ - Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.8, no.32, pp.51-59, 2009 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Profesyonel Hizmet İşletmelerinde Hizmet Pazarlaması Yönetimi Güncel Sektörel Örnekler**
Onurlu Ö.
Asos Yayınları, Elazığ, 2022
- II. **Sosyo-kültürel Farklılıklar Açısından Renklerin Pazarlama Performansına Etkileri**
Gürsoy Akgünlü H., Kandemir Çomoğlu G., Onurlu Ö.
in: Ekonomi ve İşletmecilik Gelişim Değişim Dönüşüm, Dr. Gökhan SÜMER, Editor, Ekin Yayınevi, Bursa, pp.121-127, 2022
- III. **POSTMODERN PAZARLAMA VE MÜŞTERİ DENEYİMİ AÇISINDAN DENEYİMSEL PAZARLAMADA ŞİKÂYET YÖNETİMİ ÜZERİNE TEORİK BİR İNCELEME**
Onurlu Ö., Kandemir Çomoğlu G.
in: İşletme Biliminde Muhasebe, Pazarlama ve Organizasyon Konuları, Doç. Dr. Şahin KARABULUT, Editor, Ekin Yayınevi, Bursa, pp.315-324, 2022
- IV. **Veri, Enformasyon ve Bilgi Teknolojileri Açısından Yeniliğin Benimsenmesi ve Beş Faktör Kişilik Analizi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma**
Onurlu Ö., Kandemir Çomoğlu G.
in: İşletme ve İktisat Araştırmaları, Himmet KARADAL, İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Ramazan ASLAN, Evren DİNÇER, Editor, Efe Akademi Yayınları, İstanbul, pp.327-340, 2022
- V. **PAZARLAMAYA YENİ ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR AÇISINDAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN VE GÖNÜLLÜ SADELİĞİN TÜKETİCİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**
Onurlu Ö., Uyak Çelik S., Kandemir Çomoğlu G.

in: PAZARLA-MA TEORİDEN PRATİĞE, Mehmet BAŞ,İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Editor, Efe Akademi, İstanbul, pp.201-220, 2022

VI. DİJİTAL HİZMETLERİN YÖNETİMİ

Onurlu Ö.

in: İŞLETMECİLİKTE DİJİTAL DÖNÜŞÜM, İnci ERDOĞAN TARAKÇI,Bora GÖKTAŞ, Editor, Efe Akademi, İstanbul, pp.61-81, 2021

VII. Türk Kahvesi ve Üçüncü Nesil Kahvelerde Ürüne Karşı İlgilenim

Onurlu Ö., Yüksel C. A., Bilgen İ.

in: Pazarlama ve Organizasyon Perspektifinden Kuramlar ve Tartışmalar, Şahin KARABULUT, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.197-210, 2021

VIII. Mağaza Atmosferi Faktörlerinin Kurum İtibarına Etkisi ve Bir Araştırma

Onurlu Ö., Aymer Z.

in: Pazarlama ve Organizasyon Perspektifinden Kuramlar ve Tartışmalar, Şahin KARABULUT, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.269-286, 2021

IX. Sorularla Stratejik Pazarlama Planlaması ve Rekabet

Onurlu Ö.

in: Sorularla Pazarlama İlkeleri, Arif YILDIZ,Kazım KILINÇ, Editor, Asos Yayınları, Elazığ, pp.383-407, 2021

X. Spor Pazarlaması ve Bisiklet Sporunda Tutundurma Stratejileri

Onurlu Ö., Bilgiseven B.

Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2020

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

ONURLU Ö.

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

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

PİRTİNİ S., ONURLU Ö., TIĞLI M.

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

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

PİRTİNİ S., ONURLU Ö., TIĞLI M.

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

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

I. Corporate Social Responsibility and Branding

KARAOŞMAN H., ONURLU Ö., BAŞCI A.

5th International Conference of AM's Brand, Identity, and Corporate Reputation SIG, Cambridge, Canada, 1 - 03 September 2009, pp.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, Turkey, 13 June - 15 August 2008, pp.723-737

Metrics

Publication: 28

Non Academic Experience

Pikaş A.Ş.