

Prof. Dr. ÖZLEN ONURLU

Kişisel Bilgiler

E-posta: ozlenonurlu@marmara.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0003-3551-4127

Yoksis Araştırmacı ID: 173159

Eğitim Bilgileri

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

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

Yüksek Lisans, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme (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

Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2023 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017 - 2023

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

Verdiği Dersler

Satış Yönetimi, Yüksek Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

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

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

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

Hizmet Pazarlaması, Yüksek Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Stratejik Pazarlama ve Rekabet Analizi, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020

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

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

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

Hizmet Pazarlaması, Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Hizmet Pazarlaması, Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

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

Hizmet Pazarlaması, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Bilimsel Araştırma Teknikleri ile Araştırma Yayın Etiği, Doktora, 2019 - 2020

Hizmet Pazarlaması, Yüksek Lisans, 2016 - 2017

Yönetilen Tezler

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans, Ö.Kaymaz(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans, C.Oran(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans, E.Bozkaya(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans, S.Çağla(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans, E.Elmas(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans, T.Bayrambey(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans, G.Kaya(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans, M.Erata(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans, A.Kömürcü(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Dijital pazarlama yaklaşımı açısından webcare kalitesinin olumlu ağızdan ağıza pazarlama niyeti üzerindeki rolü ve bir araştırma, Yüksek Lisans, G.KUŞAT(Öğrenci), 2022

Onurlu Ö., Bütüncül kanal müşteri deneyiminin sadakat niyetine etkisinde ilişki kalitesinin aracı rolü üzerine bir araştırma, Doktora, G.KANDEMİR(Öğrenci), 2022

Onurlu Ö., Pazarlama 4.0 açısından doğal reklamların incelenmesi ve marka farkındalığına etkisi üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, S.UYAK(Öğrenci), 2020

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

Tezsiz Lisansüstü Danışmanlıkları

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, F.Rümeysa(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, H.Çokgören(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, A.Büyük yazıcı(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, B.Özer(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, R.Şakı(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, Ö.Tanrıverdi(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, A.Nur(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., Konu Belirlenme Aşamasındadır, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, Ö.Güzel(Öğrenci), Devam Ediyor

Onurlu Ö., İşletmelerin Stratejik Pazarlama Planlama Süreci Açısından Dijital Pazarlama Yöntemlerine Dönüşümü ve Bir Uygulama, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, B.Avvurur(Öğrenci), 2022

Onurlu Ö., KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİNDE SATIŞ SONRASI İZLEME AŞAMASI VE TELEKOMÜNİKASYON SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA: VODAFONE, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, K.Atbaş(Öğrenci), 2022

Onurlu Ö., KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİNDE MÜŞTERİ TİPLERİ AÇISINDAN SUNUM YÖNTEMLERİ ve BİR UYGULAMA, Yüksek

Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, S.Üstün(Öğrenci), 2022

Onurlu Ö., KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİNDE ÇATIŞMA YÖNETİMİ AÇISINDAN İTİRAZ KARŞILAMA VE BİR UYGULAMA (TURKCELL), Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, E.Genç(Öğrenci), 2022

Onurlu Ö., SAMSUNG'DA KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİNDE KİŞİSEL SATIŞ TEMSİLCİLERİNİN ROLÜ VE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, H.Tekin(Öğrenci), 2022

Onurlu Ö., KİŞİSEL SATIŞ SÜRECİNDE DAĞITIM KANALLARINA YAPILAN SATIŞ KAPAMA TEKNİKLERİ VE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, H.Yıldız(Öğrenci), 2022

Onurlu Ö., Kişisel Satış Süreci Açısından Sağlık Sektöründe Estetik Uygulamalar: Acıbadem Hastanesi Estetik Uygulamalar Örneği, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, Y.Tuğba(Öğrenci), 2022

Onurlu Ö., PAZARLAMAYI ETKİLEYEN MAKRO VE MİKRO ÇEVRESEL FAKTÖRLER AÇISINDAN STRATEJİK PAZARLAMA PLANLAMASININ ROLÜ VE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, E.Gizem(Öğrenci), 2021

Onurlu Ö., SİGORTA HİZMETLERİNDE GENİŞLETİLMİŞ PAZARLAMA KARMASI YAKLAŞIMI AÇISINDAN HİZMET PAZARLAMASI PERFORMANSI VE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, İ.Uzun(Öğrenci), 2021

Onurlu Ö., SİGORTA HİZMETLERİNDE GENİŞLETİLMİŞ PAZARLAMA KARMASI YAKLAŞIMI AÇISINDAN HİZMET PAZARLAMASI PERFORMANSI VE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, N.Gün(Öğrenci), 2021

Onurlu Ö., İNŞAAT SEKTÖRÜNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA VE BİR UYGULAMA , Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, İ.Emre(Öğrenci), 2021

Onurlu Ö., SATIŞ SONRASI HİZMETLERDE ÜRÜN İADESİ AÇISINDAN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, E.Şirin(Öğrenci), 2021

Onurlu Ö., SATIŞ SONRASI HİZMETLERDE ÜRÜN İADESİ AÇISINDAN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, F.Bulut(Öğrenci), 2021

Onurlu Ö., PAZARLAMADA MÜŞTERİ ODAKLILIĞIN MÜŞTERİ SADAKATI İLE İLİŞKİSİ VE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, E.Bahar(Öğrenci), 2020

Onurlu Ö., SAĞLIK HİZMETLERİNDE İLETİŞİM AÇISINDAN DOKTOR, HASTA VE REFAKATÇI ARASINDAKİ İLETİŞİMİN HASTANIN İYİLEŞME SÜRECİYLE İLİŞKİSİ VE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, U.Bakır(Öğrenci), 2019

Onurlu Ö., UZUN METRAJLI TÜRK SİNEMA FİLMLERİNİN STRATEJİK PAZARLAMA PLANI İNCELEMESİ VE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, Ö.Arslan(Öğrenci), 2019

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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, cilt.18, sa.4, ss.1181-1207, 2022 (Hakemli Dergi)
- II. **DİJİTAL PAZARLAMA YAKLAŞIMI AÇISINDAN WEBCARE KALİTESİNİN OLUMLU AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ROLÜ VE BİR ARAŞTIRMA**
Onurlu Ö., Kuşat G.
Erciyes Akademi, cilt.36, sa.2, ss.759-780, 2022 (Hakemli Dergi)
- III. **GIDA NEFOBİSİ VE FONKSİYONEL GIDALARI KULLANMA İSTEĞİ**
Onurlu Ö., Şener Aslay E.
Hakkari Review, cilt.6, sa.1, ss.14-26, 2022 (Hakemli Dergi)
- IV. **Influencerın kaynak güvenilirliğinin satın alma niyeti üzerine etkisinde marka güveninin aracı rolü (Annelere yönelik bebek bakım ürünleri üzerine araştırma)**
Onurlu Ö., Bilgiseven B., Bilgili Sülük S.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.36, sa.2, ss.165-174, 2022 (Hakemli Dergi)
- V. **Bütüncül Kanal Yönetimi Açısından Müşteri Deneyiminin Değerlendirilmesi: Bir Literatür Analizi**
Onurlu Ö., Kandemir Çomoğlu G.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, cilt.57, sa.1, ss.16-33, 2022 (Hakemli Dergi)

- VI. **Pazarlama 4.0 Açısından Doğal Reklamların İncelenmesi ve Marka Farkındalığına Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
Onurlu Ö., Uyak Çelik S.
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.10, sa.4, ss.2927-2944, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.6, sa.3, ss.127-136, 2016 (Hakemli Dergi)
- VIII. **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 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, sa.2, ss.159-178, 2016 (Hakemli Dergi)
- X. **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 (Hakemli Dergi)
- XI. **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 (Hakemli Dergi)
- XII. **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 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- 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.
Ekonomi ve İşletmecilik Gelişim Değişim Dönüşüm, Dr. Gökhan SÜMER, Editör, Ekin Yayınevi, Bursa, ss.121-127, 2022
- III. **POSTMODERN PAZARLAMA VE MÜŞTERİ DENEYİMİ AÇISINDAN DENEYİMSEL PAZARLAMADA ŞİKÂYET YÖNETİMİ ÜZERİNE TEORİK BİR İNCELEME**
Onurlu Ö., Kandemir Çomoğlu G.
İşletme Biliminde Muhasebe, Pazarlama ve Organizasyon Konuları, Doç. Dr. Şahin KARABULUT, Editör, Ekin Yayınevi, Bursa, ss.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.
İşletme ve İktisat Araştırmaları, Himmet KARADAL, İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Ramazan ASLAN, Evren DİNÇER, Editör, Efe Akademi Yayınları, İstanbul, ss.327-340, 2022
- V. **PAZARLAMAYA YENİ ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR AÇISINDAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN VE GÖNÜLLÜ SADELİĞİN TÜKETİCİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**
Onurlu Ö., Uyak Çelik S., Kandemir Çomoğlu G.
PAZARLA-MA TEORİDEN PRATİĞE, Mehmet BAŞ, İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Editör, Efe Akademi, İstanbul, ss.201-

220, 2022

- VI. **DİJİTAL HİZMETLERİN YÖNETİMİ**
Onurlu Ö.
İŞLETMECİLİKTE DİJİTAL DÖNÜŞÜM, İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Bora GÖKTAŞ, Editör, Efe Akademi, İstanbul, ss.61-81, 2021
- VII. **Türk Kahvesi ve Üçüncü Nesil Kahvelerde Ürüne Karşı İlgilenim**
Onurlu Ö., Yüksel C. A., Bilgen İ.
Pazarlama ve Organizasyon Perspektifinden Kuramlar ve Tartışmalar, Şahin KARABULUT, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.197-210, 2021
- VIII. **Mağaza Atmosferi Faktörlerinin Kurum İtibarına Etkisi ve Bir Araştırma**
Onurlu Ö., Aymer Z.
Pazarlama ve Organizasyon Perspektifinden Kuramlar ve Tartışmalar, Şahin KARABULUT, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.269-286, 2021
- IX. **Sorularla Stratejik Pazarlama Planlaması ve Rekabet**
Onurlu Ö.
Sorularla Pazarlama İlkeleri, Arif YILDIZ, Kazım KILINÇ, Editör, Asos Yayınları, Elazığ, ss.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.
Sosyal Medya ve Ağ Toplumları 1 Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler, Can Bilgili, Gülüm Şener, Editör, Grafik Tasarım Yayıncılık Sanayii Limited Şirketi, İstanbul, ss.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.
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**
KARAOĞMAN 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

Metrikler

Yayın: 28

Akademi Dışı Deneyim

Pikaş A.Ş.