

## Assoc. Prof. TUĞBA ÖZBÖLÜK

### Personal Information

**Email:** tugba.ozboluk@bozok.edu.tr

**Web:** <https://avesis.bozok.edu.tr/tugba.ozboluk>

### International Researcher IDs

ScholarID: jNjYEIMAAAAJ

ORCID: 0000-0003-4647-8870

Publons / Web Of Science ResearcherID: V-2070-2019

ScopusID: 57193753902

Yoksis Researcher ID: 34614

### Education Information

Doctorate, Erciyes University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 2010 - 2015

Postgraduate, Sivas Cumhuriyet University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Turkey 2008 - 2010

Undergraduate, Anadolu University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, Department Of Business, Turkey 2004 - 2008

### Foreign Languages

English, C1 Advanced

### Certificates, Courses and Trainings

Vocational Training, Pazarlama Araştırmalarında Etnografi Çalıştayı, Çankaya Üniversitesi, Ankara, 2019

Data Analysis, NVivo Çalıştayı, NAM Nitel Araştırma Merkezi, Ankara, 2014

Vocational Training, Pazarlama Araştırmaları Semineri, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği (PPAD), 2013

Vocational Training, Intercultural Education and Communication in Marketing, Vidzeme University of Applied Sciences, Letonya, 2013

Vocational Training, 10. Araştırma Yöntemleri Semineri-Nitel Araştırma, Anatolia-Detay Yayıncılık, Antalya , 2012

Data Analysis, Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli, 2011

### Dissertations

Doctorate, Postmodern tüketici kabileleri ve sanal topluluklar: Netnografik bir araştırma, Erciyes University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2015

Postgraduate, Pazarlamada bilinçli tüketim ve tüketicilerin bilinçli tüketime ilişkin tutumlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma, Sivas Cumhuriyet University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2010

### Research Areas

Social Sciences and Humanities, Marketing

## Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Yozgat Bozok University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, İşletme, 2023 - Continues

Assistant Professor, Yozgat Bozok University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, İşletme, 2015 - 2023

Research Assistant, Yozgat Bozok University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, İşletme, 2009 - 2015

## Academic and Administrative Experience

Ders İntibak Komisyonu Başkanı, Yozgat Bozok University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, İşletme, 2020 - Continues

Yatay ve Dikey Geçiş Komisyon Başkanı, Yozgat Bozok University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, İşletme, 2015 - Continues

Muafiyet ve İntibak Komisyonu Başkanı, Yozgat Bozok University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, İşletme, 2015 - Continues

Deputy Head of Department, Yozgat Bozok University, 2015 - 2023

Department Academic Incentive Evaluation Commission Member, Yozgat Bozok University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, İşletme, 2016 - 2020

## Courses

### Doctorate

Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Etik , Doctorate, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Dijital Pazarlama, Doctorate, 2017 - 2018

Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Doctorate, 2017 - 2018

### Postgraduate

Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Etik İlkeler, Postgraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Güncel Pazarlama Yaklaşımları, Postgraduate, 2018 - 2019

### Undergraduate

Tüketici Davranışı, Undergraduate, 2018 - 2019

Araştırma Yöntemleri, Undergraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2015 - 2016

Pazarlama İletişimi, Undergraduate, 2018 - 2019

Pazarlama İlkeleri, Undergraduate, 2017 - 2018, 2015 - 2016

Mesleki İngilizce II, Undergraduate, 2015 - 2016

Pazarlama Yönetimi, Undergraduate, 2016 - 2017

Pazarlamaya Giriş, Undergraduate, 2015 - 2016

## Supervised Theses

Özbölük T., YAVAŞ TÜKETİM VE DİJİTAL MİNİMALİZM ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA, Postgraduate, A.YEŞER(Student), Continues

Özbölük T., GELENEKSEL PAZARLARDAN SANAL PAZARLARA: PSİKOLOJİK SAHİPLİK TEORİSİ BAĞLAMINDA DİJİTAL TÜKETİM, Doctorate, M.UĞUR(Student), Continues

Özbölük T., Spiritüel Şifacılık Pazarı ve Şifacı Kimliği, Postgraduate, A.ÇETİN(Student), Continues

Özbölük T., Yavaş moda hareketi üzerine nitel bir araştırma, Postgraduate, P.YILMAZ(Student), 2024

ÖZBÖLÜK T., İslami Moda Pazarlaması Ekseninde Tesettür Modası, Postgraduate, Z.KARAKAVAK(Student), 2021

ÖZBÖLÜK T., Sosyal medya fenomenlerinin satın alma davranışı üzerine etkisi, Postgraduate, K.AKDOĞAN(Student), 2019

ÖZBÖLÜK T., Tüketicilerin satın alma kararında online ürün yorumlarından etkilenme düzeyinin belirlenmesine yönelik

bir araştırma, Postgraduate, P.CANSU(Student), 2019

## **Jury Memberships**

Doctorate, Doctorate, Erciyes Üniversitesi, June, 2024

Doctoral Examination, Doctoral Examination, Erciyes Üniversitesi, July, 2023

Post Graduate, Post Graduate, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, July, 2023

PhD Thesis Monitoring Committee Member, PhD Thesis Monitoring Committee Member, Yozgat Bozok Üniversitesi, July, 2023

Doctoral Examination, Doctoral Examination, Erciyes Üniversitesi, January, 2023

Doctoral Examination, Doctoral Examination, Yozgat Bozok Üniversitesi, November, 2022

Post Graduate, Post Graduate, Yozgat Bozok Üniversitesi, July, 2022

Doctoral Examination, Doctoral Examination, Yozgat Bozok Üniversitesi, July, 2021

Post Graduate, Post Graduate, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, November, 2020

Doctoral Examination, Doctoral Examination, Yozgat Bozok Üniversitesi, November, 2018

Post Graduate, Post Graduate, Yozgat Bozok Üniversitesi, July, 2017

## **Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI**

- I. **When brand cynicism turns into brand hate: the mediating role of brand hate on the relationship between brand cynicism and negative WOM**  
Kurtoğlu R., Özbölük T., Altın B.  
Journal of Brand Management, vol.32, no.1, pp.65-78, 2025 (SSCI)
- II. **Revisiting the effects of inward negative emotions on outward negative emotions, brand loyalty, and negative WOM**  
KURTOĞLU R., ÖZBÖLÜK T., HACIHASANOĞLU P.  
JOURNAL OF BRAND MANAGEMENT, vol.29, no.1, pp.72-84, 2022 (SSCI)
- III. **The pursuit of uniqueness and craving for freedom: the meaning of luxury in the age of access**  
Özbölük T.  
LEISURE STUDIES, vol.40, no.2, pp.227-242, 2021 (SSCI)
- IV. **Online brand communities as heterogeneous gatherings: a netnographic exploration of Apple users**  
ÖZBÖLÜK T., DURSUN Y.  
JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT, vol.26, no.4, pp.375-385, 2017 (SSCI)

## **Articles Published in Other Journals**

- I. **Interpersonal versus Institutional Trust: Consumers' Trust to Sharing Services and Its Impact on Continuance Intention**  
Ekici N., Özbölük T.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF ELECTRONIC MARKETING AND RETAILING, vol.14, no.1, pp.87-106, 2023 (Scopus)
- II. **When modesty meets fashion: how social media and influencers change the meaning of hijab**  
Karakavak Z., Özbölük T.  
JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, vol.14, no.11, pp.2907-2927, 2023 (ESCI)
- III. **The Role of Online Source Credibility and Influencer Identification on Consumers' Purchase Decisions**  
Özbölük T., Akdoğan K.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF INTERNET MARKETING AND ADVERTISING, vol.16, pp.165-185, 2022 (ESCI)
- IV. **Online Yorumların Tüketici Satın Alma Kararına Etkisi: Kullanıcı Özellikleri Açısından Bir**

## Değerlendirme

AKDENİZ P. C., ÖZBÖLÜK T.

İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.11, no.4, pp.3104-3119, 2019 (Peer-Reviewed Journal)

- V. **Sahipliğin Sıkıcılığından Erişimin Özgürlüğüne Kaçış: Akışkan Tüketime İlişkin Kavramsal Bir Çerçeve**  
ÖZBÖLÜK T.  
Journal of Economy Culture and Society, vol.59, no.1, pp.143-162, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Escape from Burdens of Ownership to Freedom of access: A Conceptual Framework for Liquid Consumption**  
ÖZBÖLÜK T.  
JOURNAL OF ECONOMY CULTURE AND SOCIETY, no.59, pp.143-162, 2019 (ESCI)
- VII. **Dijital Çağda Girişimci Pazarlama**  
ÖZBÖLÜK T.  
Turkish Journal of Marketing, vol.3, no.3, pp.223-237, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Üniversite Öğrencilerinin Emoji Kullanımları ve Emoji Kullanan Markalara Karşı Tutumları Üzerine Bir Araştırma**  
KURTOĞLU R., ÖZBÖLÜK T.  
Business and Economics Research Journal, vol.9, no.3, pp.697-713, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **NEGATIVE E-WOM AS A RESPONSE TO BRAND FAILURES: EVIDENCE FROM AN ONLINE BRAND COMMUNITY**  
ÖZBÖLÜK T., DURSUN Y.  
International Journal of Management and Applied Science, vol.3, no.2, pp.141-146, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **GÖRSEL İLETİŞİM ÇAĞINDA MARKALARIN EMOJİ YE ADAPTASYONU**  
KURTOĞLU R., ÖZBÖLÜK T.  
the Journal of Academic Social Sciences, vol.29, no.29, pp.144, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Consumption Communities through a Marketing Lense**  
ÖZBÖLÜK T.  
International Journal of Business and Management Studies, vol.4, no.2, pp.411-417, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Postmodernizm Bağlamında Kabilenin Yeniden Keşfi Postmodern Tüketici Kabileleri**  
ÖZBÖLÜK T.  
Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Pazarlama Araştırmalarında Paradigmatik Dönüşüm ve Etnografinin Dijitale Evrimi Netnografi**  
ÖZBÖLÜK T., DURSUN Y.  
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, no.46, pp.227-247, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **Küresel finansal krizin KOBİ ler üzerindeki etkileri ve uygulanan pazarlama stratejileri**  
Gülmez M., Yılmaz C., Özbölük T.  
Verimlilik Dergisi, no.3, pp.7-26, 2011 (Peer-Reviewed Journal)

## Books

- I. **Helal Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri**  
ÖZBÖLÜK T.  
in: Tüm Yönleriyle Helal Tüketim Kavramı, Kapsam, Süreç ve Uygulama, Özkan Bekir, Kurtoğlu Ramazan, Editor, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, pp.127-148, 2022
- II. **Marketing Semiotics in the Digital Age**  
ÖZBÖLÜK T., KURTOĞLU R.  
in: The Role of Language and Symbols in Promotional Strategies and Marketing Schemes, Epure, Manuela Mihăeş, Lorena Clara, Editor, IGI Global, Hershey, pp.47-64, 2019
- III. **The Marketer as Storyteller: Transmedia Marketing in a Participatory Culture**  
ÖZBÖLÜK T.  
in: Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies, Recep Yılmaz, M. Nur Erdem, Filiz

Resulođlu, Editor, IGI Global, pp.310-330, 2019

**IV. City Branding and the Power of Netnography in the Era of Social Media**

ÖZBÖLÜK T.

in: Strategic Place Branding Methodologies and Theory for Tourist Attraction, Bayraktar Ahmet, Uslay Can, Editor, IGI Global, Hershey, pp.202-225, 2016

## **Papers Published in Refereed Scientific Meetings**

**I. From Class to Mass: Consumer Motivations for Buying Second-Hand Luxury**

Özbölük T.

5th International Conference On Innovative Studies Of Contemporary Sciences, Tokyo, Japan, 14 January 2022

**II. A Systematic Review on Consumer Behavior and COVID-19 Studies**

ÖZBÖLÜK T.

5th International Conference on Covid-19 Studies, Ankara, Turkey, 24 September 2021

**III. Negative e WOM as a Response to Brand Failures Evidence from an Online Brand Community**

Özbölük T.

International Conference on Information Technology and Systems, Amsterdam, Netherlands, 6 - 07 December 2016, pp.141-146

**IV. Consumption Communities Through a Marketing Lense**

Özbölük T.

International Journal of Arts and Science's Conference, Vienna, Austria, 19 - 23 April 2015, pp.411-417

**V. Marka Kişiliği Algısı: Cep Telefon Markaları Üzerine Bir Araştırma**

KURTOĞLU R., ÖZBÖLÜK T., HACIHASANOĞLU T.

18.Ulusal Pazarlama Kongresi, Kars, Turkey, 19 - 22 June 2013, pp.257-268

## **Supported Projects**

Özbölük T., Kara M., Kurtoğlu R., Sarkım M., EU Supported Other Project, Sorgun İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) için Teknik Destek Projesi, 2017 - 2017

ÖZBÖLÜK T., Project Supported by Higher Education Institutions, Postmodern Tüketici Kabileleri ve Sanal Topluluklar Netnografik Bir Araştırma, 2013 - 2015

Özbölük T., Erasmus Project, From Local to Global (Erasmus IP Project), 2013 - 2013

## **Memberships / Tasks in Scientific Organizations**

Association for Netnographic Research, Member, 2023 - Continues, United States Of America

## **Peer Reviews in Scientific Publications**

Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, National Scientific Refreed Journal, October 2024

Erciyes Akademi, National Scientific Refreed Journal, November 2022

JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, Journal Indexed in ESCI, July 2022

JOURNAL OF BRAND MANAGEMENT, Journal Indexed in SSCI, May 2022

JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, Journal Indexed in ESCI, April 2022

The Role of Language and Symbols in Promotional Strategies and Marketing Schemes, Chapter Scientific / Professional Book Published by Renowned Publishing Houses, July 2019

Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies, Chapter Scientific / Professional Book Published by Renowned Publishing Houses, June 2019

Boundary Blurred: A Seamless Customer Experience in Virtual and Real Spaces, Chapter Scientific / Professional Book

Published by Renowned Publishing Houses, January 2018

Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Conference Paper (Full Text), January 2018

Strategic Place Branding Methodologies and Theory for Tourist Attraction, Chapter Scientific / Professional Book

Published by Renowned Publishing Houses, June 2016

## **Metrics**

Publication: 28

Citation (WoS): 91

Citation (Scopus): 101

H-Index (WoS): 5

H-Index (Scopus): 5

## **Awards**

Özbölük T., Excellent Paper Award, Research World-40Th International Conference On Internet Technologies And Society , December 2016

Özbölük T., 14. Geleneksel Tüketici Ödülleri, Bilimsel Çalışma Ödülü, Sanayi Ve Teknoloji Bakanlığı, March 2011