

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

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, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2023 - Continues

Assistant Professor, Yozgat Bozok University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2015 - 2023

Research Assistant, Yozgat Bozok University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2009 - 2015

Academic and Administrative Experience

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

Courses

Tüketici Davranışı, Undergraduate, 2018 - 2019
Araştırma Yöntemleri, Undergraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2015 - 2016
Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Etik İlkeler, Postgraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017
Güncel Pazarlama Yaklaşımları, Postgraduate, 2018 - 2019
Pazarlama İletişimi, Undergraduate, 2018 - 2019
Dijital Pazarlama, Doctorate, 2017 - 2018
Pazarlama İlkeleri, Undergraduate, 2017 - 2018, 2015 - 2016
Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Doctorate, 2017 - 2018
Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Etik İlkeler, Doctorate, 2017 - 2018
Pazarlama Yönetimi, Undergraduate, 2016 - 2017
Pazarlamaya Giriş, Undergraduate, 2015 - 2016

Advising Theses

Özbölük T., Spiritüel Şifacılık Pazarı ve Şifacı Kimliği, Postgraduate, A.ÇETİN(Student), Continues
Özbölük T., GELENEKSEL PAZARLARDAN SANAL PAZARLARA: PSİKOLOJİK SAHİPLİK TEORİSİ BAĞLAMINDA DİJİTAL TÜKETİM, Doctorate, M.UĞUR(Student), Continues
Özbölük T., YAVAŞ TÜKETİM VE DİJİTAL MİNİMALİZM ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA, Postgraduate, A.YEŞER(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

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., ALTIN B.
Journal of Brand Management, 2024 (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 Paradigmat 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 & Book Chapters

- I. **Helal Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri**
ÖZBÖLÜK T.
in: Tüm Yönleriyle Helal Tüketim Kavram, 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 Resuloğlu, 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

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- 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 GELİŞTİRME MERKEZİ İÇİN TEKNİK DESTEK PROJESİ, 2017 - 2017

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

Scientific Refereeing

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

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

Metrics

Publication: 28
Citation (WoS): 85
Citation (Scopus): 95
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