

Doç. Dr. TUĞBA ÖZBÖLÜK

Kişisel Bilgiler

E-posta: tugba.ozboluk@bozok.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: jNjYEIMAAAAJ

ORCID: 0000-0003-4647-8870

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

ScopusID: 57193753902

Yoksis Araştırmacı ID: 34614

Eğitim Bilgileri

Doktora, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 2010 - 2015

Yüksek Lisans, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Türkiye 2008 - 2010

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2004 - 2008

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Sertifika, Kurs ve Eğitimler

Mesleki Eğitim, Pazarlama Araştırmalarında Etnografi Çalıştayı, Çankaya Üniversitesi, Ankara, 2019

Veri Analizi, NVivo Çalıştayı, NAM Nitel Araştırma Merkezi, Ankara, 2014

Mesleki Eğitim, Pazarlama Araştırmaları Semineri, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği (PPAD), 2013

Mesleki Eğitim, Intercultural Education and Communication in Marketing, Vidzeme University of Applied Sciences, Letonya, 2013

Mesleki Eğitim, 10. Araştırma Yöntemleri Semineri-Nitel Araştırma, Anatolia-Detay Yayıncılık, Antalya, 2012

Veri Analizi, Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli, 2011

Yaptığı Tezler

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

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

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Yozgat Bozok Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2023 - Devam Ediyor

Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2015 - 2023

Araştırma Görevlisi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2009 - 2015

Akademik İdari Deneyim

Ders İntibak Komisyonu Başkanı, Yozgat Bozok Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2020 - Devam Ediyor

Yatay ve Dikey Geçiş Komisyon Başkanı, Yozgat Bozok Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2015 - Devam Ediyor

Muafiyet ve İntibak Komisyonu Başkanı, Yozgat Bozok Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2015 - Devam Ediyor

Bölüm Başkan Yardımcısı, Yozgat Bozok Üniversitesi, 2015 - 2023

Bölüm Akademik Teşvik Değerlendirme Komisyonu Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2016 - 2020

Verdiği Dersler

Doktora

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

Dijital Pazarlama, Doktora, 2017 - 2018

Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Doktora, 2017 - 2018

Yüksek Lisans

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

Güncel Pazarlama Yaklaşımları, Yüksek Lisans, 2018 - 2019

Lisans

Tüketici Davranışı, Lisans, 2018 - 2019

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

Pazarlama İletişimi, Lisans, 2018 - 2019

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

Mesleki İngilizce II, Lisans, 2015 - 2016

Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2016 - 2017

Pazarlamaya Giriş, Lisans, 2015 - 2016

Yönetilen Tezler

Özbölük T., YAVAŞ TÜKETİM VE DİJİTAL MİNİMALİZM ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans, A.YEŞER(Öğrenci), Devam Ediyor

Özbölük T., GELENEKSEL PAZARLARDAN SANAL PAZARLARA: PSİKOLOJİK SAHİPLİK TEORİSİ BAĞLAMINDA DİJİTAL TÜKETİM, Doktora, M.UĞUR(Öğrenci), Devam Ediyor

Özbölük T., Spiritüel Şifacılık Pazarı ve Şifacı Kimliği, Yüksek Lisans, A.ÇETİN(Öğrenci), Devam Ediyor

Özbölük T., Yavaş moda hareketi üzerine nitel bir araştırma, Yüksek Lisans, P.YILMAZ(Öğrenci), 2024

ÖZBÖLÜK T., İslami Moda Pazarlaması Ekseninde Tesettür Modası, Yüksek Lisans, Z.KARAKAVAK(Öğrenci), 2021

ÖZBÖLÜK T., Sosyal medya fenomenlerinin satın alma davranışı üzerine etkisi, Yüksek Lisans, K.AKDOĞAN(Öğrenci), 2019

ÖZBÖLÜK T., Tüketicilerin satın alma kararında online ürün yorumlarından etkilenme düzeyinin belirlenmesine yönelik bir araştırma, Yüksek Lisans, P.CANSU(Öğrenci), 2019

Jüri Üyelikleri

Tez Savunma (Doktora), Tez Savunma (Doktora), Erciyes Üniversitesi, Haziran, 2024
Doktora Yeterlik Sınavı, Doktora Yeterlik Sınavı, Erciyes Üniversitesi, Temmuz, 2023
Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Temmuz, 2023
Doktora Tez İzleme Komitesi (TİK) Üyeliği, Doktora Tez İzleme Komitesi (TİK) Üyeliği, Yozgat Bozok Üniversitesi, Temmuz, 2023
Doktora Yeterlik Sınavı, Doktora Yeterlik Sınavı, Erciyes Üniversitesi, Ocak, 2023
Doktora Yeterlik Sınavı, Doktora Yeterlik Sınavı, Yozgat Bozok Üniversitesi, Kasım, 2022
Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Yozgat Bozok Üniversitesi, Temmuz, 2022
Doktora Yeterlik Sınavı, Doktora Yeterlik Sınavı, Yozgat Bozok Üniversitesi, Temmuz, 2021
Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Kasım, 2020
Doktora Yeterlik Sınavı, Doktora Yeterlik Sınavı, Yozgat Bozok Üniversitesi, Kasım, 2018
Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Yozgat Bozok Üniversitesi, Temmuz, 2017

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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, cilt.32, sa.1, ss.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, cilt.29, sa.1, ss.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, cilt.40, sa.2, ss.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, cilt.26, sa.4, ss.375-385, 2017 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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, cilt.14, sa.1, ss.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, cilt.14, sa.11, ss.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, cilt.16, ss.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, cilt.11, sa.4, ss.3104-3119, 2019 (Hakemli Dergi)

- V. **Sahipliğin Sıkıcılığından Erişimin Özgürlüğüne Kaçış: Akışkan Tüketime İlişkin Kavramsal Bir Çerçeve**
ÖZBÖLÜK T.
Journal of Economy Culture and Society, cilt.59, sa.1, ss.143-162, 2019 (Hakemli Dergi)
- VI. **Escape from Burdens of Ownership to Freedom of access: A Conceptual Framework for Liquid Consumption**
ÖZBÖLÜK T.
JOURNAL OF ECONOMY CULTURE AND SOCIETY, sa.59, ss.143-162, 2019 (ESCI)
- VII. **Dijital Çağda Girişimci Pazarlama**
ÖZBÖLÜK T.
Turkish Journal of Marketing, cilt.3, sa.3, ss.223-237, 2018 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Üniversite Öğrencilerinin Emoji Kullanımları ve Emoji Kullanan Markalara Karşı Tutumları Üzerine Bir Araştırma**
KURTOĞLU R., ÖZBÖLÜK T.
Business and Economics Research Journal, cilt.9, sa.3, ss.697-713, 2018 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.3, sa.2, ss.141-146, 2017 (Hakemli Dergi)
- X. **GÖRSEL İLETİŞİM ÇAĞINDA MARKALARIN EMOJİ YE ADAPTASYONU**
KURTOĞLU R., ÖZBÖLÜK T.
the Journal of Academic Social Sciences, cilt.29, sa.29, ss.144, 2016 (Hakemli Dergi)
- XI. **Consumption Communities through a Marketing Lense**
ÖZBÖLÜK T.
International Journal of Business and Management Studies, cilt.4, sa.2, ss.411-417, 2015 (Hakemli Dergi)
- XII. **Postmodernizm Bağlamında Kabilenin Yeniden Keşfi Postmodern Tüketici Kabileleri**
ÖZBÖLÜK T.
Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi, 2015 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Pazarlama Araştırmalarında Paradigmat Dönüşüm ve Etnografinin Dijitale Evrimi Netnografi**
ÖZBÖLÜK T., DURSUN Y.
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sa.46, ss.227-247, 2015 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Küresel finansal krizin KOBİ ler üzerindeki etkileri ve uygulanan pazarlama stratejileri**
Gülmez M., Yılmaz C., Özbölük T.
Verimlilik Dergisi, sa.3, ss.7-26, 2011 (Hakemli Dergi)

Kitaplar

- I. **Helal Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri**
ÖZBÖLÜK T.
Tüm Yönleriyle Helal Tüketim Kavram, Kapsam, Süreç ve Uygulama, Özkan Bekir, Kurtoğlu Ramazan, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, ss.127-148, 2022
- II. **Marketing Semiotics in the Digital Age**
ÖZBÖLÜK T., KURTOĞLU R.
The Role of Language and Symbols in Promotional Strategies and Marketing Schemes, Epure, Manuela Mihăeş, Lorena Clara, Editör, IGI Global, Hershey, ss.47-64, 2019
- III. **The Marketer as Storyteller: Transmedia Marketing in a Participatory Culture**
ÖZBÖLÜK T.
Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies, Recep Yılmaz, M. Nur Erdem, Filiz Resuloğlu, Editör, IGI Global, ss.310-330, 2019
- IV. **City Branding and the Power of Netnography in the Era of Social Media**
ÖZBÖLÜK T.

Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler

- I. **From Class to Mass: Consumer Motivations for Buying Second-Hand Luxury**
Özbölük T.
5th International Conference On Innovative Studies Of Contemporary Sciences, Tokyo, Japonya, 14 Ocak 2022
- II. **A Systematic Review on Consumer Behavior and COVID-19 Studies**
ÖZBÖLÜK T.
5th International Conference on Covid-19 Studies, Ankara, Türkiye, 24 Eylül 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, Hollanda, 6 - 07 Aralık 2016, ss.141-146
- IV. **Consumption Communities Through a Marketing Lense**
Özbölük T.
International Journal of Arts and Science's Conference, Vienna, Avusturya, 19 - 23 Nisan 2015, ss.411-417
- V. **Marka Kişiliği Algısı: Cep Telefon Markaları Üzerine Bir Araştırma**
KURTOĞLU R., ÖZBÖLÜK T., HACIHASANOĞLU T.
18.Ulusal Pazarlama Kongresi, Kars, Türkiye, 19 - 22 Haziran 2013, ss.257-268

Desteklenen Projeler

- Özbölük T., Kara M., Kurtoğlu R., Sarkım M., AB Destekli Diğer Projeler, Sorgun İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) için Teknik Destek Projesi, 2017 - 2017
- ÖZBÖLÜK T., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Postmodern Tüketici Kabileleri ve Sanal Topluluklar Netnografik Bir Araştırma, 2013 - 2015
- Özbölük T., Erasmus Projesi, From Local to Global (Erasmus IP Project), 2013 - 2013

Bilimsel Kuruluşlardaki Üyelikler / Görevler

Association for Netnographic Research, Üye, 2023 - Devam Ediyor , Amerika Birleşik Devletleri

Bilimsel Yayınlarda Hakemlikler

- Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Ekim 2024
- Erciyes Akademi, Hakemli Bilimsel Dergi, Kasım 2022
- JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, ESCI Kapsamındaki Dergi, Temmuz 2022
- JOURNAL OF BRAND MANAGEMENT, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mayıs 2022
- JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, ESCI Kapsamındaki Dergi, Nisan 2022
- The Role of Language and Symbols in Promotional Strategies and Marketing Schemes, Tanınmış Yayınevleri tarafından basılan bilimsel/mesleki kitapta bölüm, Temmuz 2019
- Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies, Tanınmış Yayınevleri tarafından basılan bilimsel/mesleki kitapta bölüm, Haziran 2019
- Boundary Blurred: A Seamless Customer Experience in Virtual and Real Spaces, Tanınmış Yayınevleri tarafından basılan bilimsel/mesleki kitapta bölüm, Ocak 2018
- Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Bildiri (Tam Metin), Ocak 2018

Strategic Place Branding Methodologies and Theory for Tourist Attraction, Tanınmış Yayınevleri tarafından basılan bilimsel/mesleki kitapta bölüm, Haziran 2016

Metrikler

Yayın: 28

Atıf (WoS): 91

Atıf (Scopus): 101

H-İndeks (WoS): 5

H-İndeks (Scopus): 5

Ödüller

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

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