

Prof. NEZİHE FİGEN ERSOY ARCA

Personal Information

Email: nfersoy@anadolu.edu.tr

Web: <https://avesis.anadolu.edu.tr/nfersoy>

International Researcher IDs

ScholarID: kKqSGh8AAAAJ

ORCID: 0000-0001-7275-0124

Publons / Web Of Science ResearcherID: ACY-2862-2022

Yoksis Researcher ID: 31037

Education Information

Doctorate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), Turkey 1994 - 1999

Foreign Languages

German, B2 Upper Intermediate

English, B2 Upper Intermediate

Research Areas

Management

Academic Titles / Tasks

Professor, Anadolu University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İşletme Bölümü, 2017 - Continues

Associate Professor, Anadolu University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İşletme Bölümü, 2009 - 2017

Assistant Professor, Anadolu University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İşletme Bölümü, 2001 - 2009

Courses

İşletmeler arası (B2B) Pazarlama stratejileri, Doctorate, 2013 - 2014, 2012 - 2013

pazarlama yönetimi, Undergraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010, 2008 - 2009, 2007 - 2008

Pazarlama, Undergraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013

Finansal Hizmetler Pazarlaması, Postgraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010, 2008 - 2009, 2007 - 2008

Endüstriyel Pazarlama, Undergraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010, 2008 - 2009, 2007 - 2008, 2006 - 2007, 2005 - 2006, 2004 - 2005, 2003 - 2004, 2002 - 2003

Küresel Pazarlama, Postgraduate, 2012 - 2013

Örgütsel Pazarlama Stratejileri, Doctorate, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010, 2008 - 2009, 2007 - 2008, 2006 - 2007, 2005 - 2006, 2004 - 2005, 2003 - 2004

Makro Pazarlama, Undergraduate, 2008 - 2009, 2007 - 2008, 2006 - 2007, 2005 - 2006, 2004 - 2005, 2003 - 2004, 2002 - 2003, 2001 - 2002
pazarlama Stratejileri, Postgraduate, 2005 - 2006, 2004 - 2005, 2003 - 2004

Advising Theses

NEZİHE FİGEN E. A., Tasarım süreci ve kullanıcı içgörüsü ilişkisi: Tasarım profesyonelleri üzerine bir alan araştırması, Postgraduate, M.ERTUĞRUL(Student), 2020

Articles Published in Other Journals

- I. **A scale proposal for sustainable tourism in Cittaslows****
AKKOÇ İ. T., ERSOY ARCA N. F.
JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES, vol.10, no.3, pp.1867-1886, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Dijital Kabile Kültüründe Satın Alma Davranışını Etkileyen Grup Dinamiklerini Anlamaya Yönelik Netnografik Bir Araştırma**
saygın p., ERSOY N. F.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.12, no.1, pp.281-303, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Bankalarda Uygulanan Hizmet Telafi Stratejilerinin Yarattığı Sonuçların Sosyal Medya Paylaşım Eğilimini Ölçen Bir Araştırma**
EREN B. A., ERSOY N. F.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.9, no.3, pp.248-273, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Bankalarda Uygulanan Hizmet Telafi Stratejilerinin Yarattığı Sonuçların Sosyal Medya Paylaşım Eğilimini Ölçen Bir Araştırma - A Research Measures The Results Tendency of Sharing in Social Media That Created by Service Recovery Strategies Implemented on Banks**
eren b. a., ERSOY N. F.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.3, no.9, pp.248-273, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Müşteri Kayıplarını Önlemede En Etkin Telafi Stratejilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Bankacılık Araştırması.**
EREN B. A., ERSOY N. F.
Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.1, no.1, pp.1-17, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Ürün Tasarımının Tüketicinin Ürüne Yönelik Tutumları Üzerine Etkisi: A Markası Tüketicileri Üzerine Bir Uygulama**
BACAĞIZ P., ERSOY N. F.
MEHMET AKIF ERSOY UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE, vol.9, pp.120-139, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **TASARIMININ TÜKETİCİNİN ÜRÜNE YÖNELİK TUTUMLARI ÜZERİNE ETKİSİ: A MARKASI TÜKETİCİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA**
BACAĞIZ P., ERSOY N. F.
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.9, no.18, pp.120-139, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Şehir Otellerinde Satın Alma İşlevi Eskişehir deki Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma**
YOLAL M., ERSOY N. F.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.8, no.4, pp.87-107, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **B2B PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI: TÜRK İŞLETMELER ÜZERİNE KEŞİFSEL BİR ÇALIŞMA**
BATUM T. P., ERSOY N. F.
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.18, no.2, pp.139-151, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **B2B İşletmeler Ne kadar Sorumlu B2B İşletmelerin Satın alma sürecindeki duyarlılıklarının Ölçümü**
BATUM T. P., ERSOY N. F.

- Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi, vol.8, no.24, pp.1173-1201, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **B2B Endüstriyel Pazarlar İçin Anahtar Müşteri Yönetimine İlişkin Müşteri Yaşam Boyu Değerinin Hesaplanmasında Muhasebe ve Pazarlamanın Rolü**
Ekergil V., Ersoy N. F.
İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, vol.7, no.4, pp.159, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **SmS Reklamları ve Mobil Bilgi Servislerine Yönelik Tüketici Tutumunu Belirleyen Bir Araştırma**
Durucasu R., ERSOY N. F.
Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi, vol.8, no.2, pp.1-13, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **SMS reklamları ve Mobil Bilgi Servislerine Yönelik Tüketici Tutumunu Belirleyen Bir Araştırma**
ERSOY N. F., DURUCASU R. R.
Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.8, no.2, pp.1-13, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **CONSUMER RISK PERCEPTIONS ON THE PURCHASES OF SHOPPING GOODS A FIELD STUDY IN ANKARA TURKEY**
ÇALIK N., ERSOY N. F.
International Journal of Social Sciences, vol.5, no.4, pp.19-43, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Cosmetic consumption of metropolitan males in a developing country**
ERSOY N. F., YOLAL M., BATMAZ B.
Studia Universitatis Babeş-Bolyai, Negotia, vol.3, no.60, pp.5-22, 2015 (ESCI)
- XVI. **Technology Readiness for Innovative High Tech Products How Consumers Perceive and Adopt New Technologies**
DEMİRCİ A. E., ERSOY N. F.
Business Review, vol.11, no.1, pp.302-309, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **The Determinants of competitive Advantage and Success Factors of firms within the global competition**
küçükaslan ekmekçi a., ERSOY ARCA N. F.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, pp.1, 2007 (Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **Consumer satisfaction and loyalty derived from the perceived quality of individual banking services A field study in Eskişehir from Turkey**
Ersoy Arca N. F., Çalık N.
JOURNAL OF FINANCIAL SERVICES MARKETING, vol.10, no.4, 2006 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **SAKİN ŞEHİRLERDE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİN SAĞLANMASI**
AKKOÇ İ. T., ERSOY N. F.
Detay, 2021
- II. **Perakendecilik, Toptancılık ve Lojistik Yönetimi**
ULAŞ D., BARIŞ G., ÖZHAN DEDEOĞLU A., ERSOY N. F., ALTINBAŞAK F. İ., NURTANIŞ VELİOĞLU M., GÜLSOY T. Y., YANAR M., KIRGIZ A. C., ENGİNKAYA E. E., et al.
in: Pazarlama Yönetimi, İbrahim Kircova, Editor, Beta, New Jersey, pp.217-243, 2018
- III. **Pazarlama Kavramı ve Turizm Pazarlaması İle İlişkisi**
AKSÖZ E. O., BOYRAZ E., ERSOY N. F., ÖZEL Ç. H., ER İ.
in: Turizm Pazarlaması, Aksöz Emre Ozan, Editor, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, pp.1-23, 2016
- IV. **Endüstriyel B B Müşteri Davranışları ve Satın alma merkezi analizi**
ERSOY N. F.
Detay Yayıncılık, Ankara, 2015
- V. **Endüstriyel Pazarlama**
Ersoy Arca N. F.
Nobel Yayınevi, Ankara, 2006

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **FİKİR VE İDEOLOJİ PAZARLAMASINDA MÜZİĞİN ARAÇSALLIĞI: SANAT OLAYI VE GENEL İLETİŞİM MODELİ ÜZERİNDEN KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME**
CENGİZ G., ERSOY ARCA N. F.
26. Pazarlama Kongresi, Kırşehir, Turkey, 23 June 2022, pp.102-113
- II. **A FIELD STUDY ON THE PSYCHOLOGICAL AND THE SOCIAL NEEDS OF THE CONSUMERS WHIN PURCHASING SHOPPING GOODS AND SPECIALTY ITEMS**
ERSOY N. F.
4th International Conference on Economics, Business Management and Social Sciences (ICEBSS 2019, 4 - 08 September 2019
- III. **ONSUMER ATTITUDES AND INVOLVEMENT TOWARDS HIGH-TECH PRODUCTS AS ANDROID AND MULTI-FUNCTIONAL CELL-PHONES: A FIELD STUDY CARRIED ON UNIVERSITY STUDENTS FROM ANKARA, TURKEY**
ERSOY N. F.
International Business Education Social Sciences and Technology Conference in Lisbon, Lisbon, Portugal, 5 - 10 October 2018
- IV. **Consumer Inovativeness and Information Seeking Behaviour as Opposed to Risk Perceptions on Purchases of Hi Tec**
ERSOY N. F., ÇALIK N.
5th Economics & Finance Conference, 9 - 12 February 2016
- V. **Marketing and Accounting Cooperation: Calculating Customer Lifetime Value**
EKERGİL V., ERSOY N. F.
V. International Conference in Economics (EconWorld@2017Rome), 25 - 27 January 2017
- VI. **B2B için Sosyal Medyada Yeni Fırsat Instagram ve Türkiye deki öncüller**
BATUM T. P., ERSOY N. F.
21. Pazarlama Kongresi, 6 - 08 October 2016
- VII. **Konut Markaları Pazarlama İletişiminde Sosyal Medyayı Nasıl Kullanılıyor**
ÖZTÜRK M., BATUM T. P., ERSOY N. F.
21. Pazarlama Kongresi, 6 - 08 October 2016
- VIII. **THE EVALUATION OF MERKET PROFITABILITY RATE IN THE MANUFACTURING SECTOR: THE IMPACTS OF THESE RATES BASED ON ACCOUNTING INFORMATION TO CHOOSE TARGET MARKET**
SEVİM A., ERSOY N. F.
AMERICAN SOCIETY OF BUSINESS AND BEHAVIORAL SCIENCES 13th ANNUAL MEETING, LAS VEGAS, United States Of America, 23 - 25 February 2006, pp.498-505

Supported Projects

ERSOY ARCA N. F., Project Supported by Higher Education Institutions, Potansiyel Kullanıcı Talepleri Doğrultusunda Zenginleştirilmiş ve Geliştirilmiş Bir B2B Portal Tasarımı ve Sınanması, 2017 - 2020