

## Prof. Dr. NEZİHE FİGEN ERSOY ARCA

### Kişisel Bilgiler

E-posta: nfersoy@anadolu.edu.tr

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

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: kKqSGh8AAAAJ

ORCID: 0000-0001-7275-0124

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

Yoksis Araştırmacı ID: 31037

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), Türkiye 1994 - 1999

### Yabancı Diller

Almanca, B2 Orta Üstü

İngilizce, B2 Orta Üstü

### Araştırma Alanları

İşletme

### Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İşletme Bölümü, 2017 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İşletme Bölümü, 2009 - 2017

Yrd. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İşletme Bölümü, 2001 - 2009

### Verdiği Dersler

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

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

Pazarlama, Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013

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

Endüstriyel Pazarlama, Lisans, 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, Yüksek Lisans, 2012 - 2013

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

Makro Pazarlama, Lisans, 2008 - 2009, 2007 - 2008, 2006 - 2007, 2005 - 2006, 2004 - 2005, 2003 - 2004, 2002 - 2003,

2001 - 2002

pazarlama Stratejileri, Yüksek Lisans, 2005 - 2006, 2004 - 2005, 2003 - 2004

## Yönetilen Tezler

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

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **A scale proposal for sustainable tourism in Cittaslows\*\***  
AKKOÇ İ. T., ERSOY ARCA N. F.  
JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES, cilt.10, sa.3, ss.1867-1886, 2022 (Hakemli Dergi)
- II. **Dijital Kabile Kültüründe Satın Alma Davranışını Etkileyen Grup Dinamiklerini Anlamaya Yönelik Netnografik Bir Araştırma**  
saygın p., ERSOY N. F.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.12, sa.1, ss.281-303, 2020 (Hakemli Dergi)
- III. **Bankalarda Uygulanan Hizmet Telafi Stratejilerinin Yarattığı Sonuçların Sosyal Medya Paylaşım Eğilimini Ölçen Bir Araştırma**  
EREN B. A., ERSOY N. F.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.9, sa.3, ss.248-273, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.3, sa.9, ss.248-273, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.1, sa.1, ss.1-17, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.9, ss.120-139, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.9, sa.18, ss.120-139, 2017 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Şehir Otellerinde Satın Alma İşlevi Eskişehir deki Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma**  
YOLAL M., ERSOY N. F.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.8, sa.4, ss.87-107, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.18, sa.2, ss.139-151, 2016 (Hakemli Dergi)
- X. **B2B İşletmeler Ne kadar Sorumlu B2B İşletmelerin Satın alma sürecindeki duyarlılıklarının Ölçümü**  
BATUM T. P., ERSOY N. F.  
Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.8, sa.24, ss.1173-1201, 2016 (Hakemli Dergi)

- 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, cilt.7, sa.4, ss.159, 2016 (Hakemli Dergi)
- XII. **Sms Reklamları ve Mobil Bilgi Servislerine Yönelik Tüketici Tutumunu Belirleyen Bir Araştırma**  
Durucasu R., ERSOY N. F.  
Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.1-13, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.8, sa.2, ss.1-13, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.5, sa.4, ss.19-43, 2016 (Hakemli Dergi)
- XV. **Cosmetic consumption of metropolitan males in a developing country**  
ERSOY N. F., YOLAL M., BATMAZ B.  
Studia Universitatis Babeş-Bolyai, Negotia, cilt.3, sa.60, ss.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, cilt.11, sa.1, ss.302-309, 2008 (Hakemli Dergi)
- 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, ss.1, 2007 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.10, sa.4, 2006 (Hakemli Dergi)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

- 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.  
Pazarlama Yönetimi, İbrahim Kircova, Editör, Beta, New Jersey, ss.217-243, 2018
- III. **Pazarlama Kavramı ve Turizm Pazarlaması İle İlişkisi**  
AKSÖZ E. O., BOYRAZ E., ERSOY N. F., ÖZEL Ç. H., ER İ.  
Turizm Pazarlaması, Aksöz Emre Ozan, Editör, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, ss.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

## Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- 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, Türkiye, 23 Haziran 2022, ss.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 Eylül 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, Portekiz, 5 - 10 Ekim 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 Şubat 2016
- V. **Marketing and Accounting Cooperation: Calculating Customer Lifetime Value**  
EKERGİL V., ERSOY N. F.  
V. International Conference in Economics (EconWorld@2017Rome), 25 - 27 Ocak 2017
- VI. **B2B için Sosyal Medyada Yeni Fırsat Instagram ve Türkiye deki öncüller**  
BATUM T. P., ERSOY N. F.  
21. Pazarlama Kongresi, 6 - 08 Ekim 2016
- VII. **Konut Markaları Pazarlama İletişiminde Sosyal Medyayı Nasıl Kullanılıyor**  
ÖZTÜRK M., BATUM T. P., ERSOY N. F.  
21. Pazarlama Kongresi, 6 - 08 Ekim 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, Amerika Birleşik Devletleri, 23 - 25 Şubat 2006, ss.498-505

## Desteklenen Projeler

ERSOY ARCA N. F., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Potansiyel Kullanıcı Talepleri Doğrultusunda Zenginleştirilmiş ve Geliştirilmiş Bir B2B Portal Tasarımı ve Sınanması, 2017 - 2020