

Prof. NİHAN ÖZGÜVEN TAYFUN

Personal Information

Email: nihan.ozguven@deu.edu.tr

Web: <https://avesis.deu.edu.tr/nihan.ozguven>

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0003-0118-2945

Yoksis Researcher ID: 171561

Education Information

Doctorate, Dokuz Eylul University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 2007 - 2010

Postgraduate, Dokuz Eylul University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (YI) (Tezli), Turkey 2005 - 2007

Undergraduate, Dokuz Eylul University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 2002 - 2005

Undergraduate, Dokuz Eylul University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Turkey 2001 - 2002

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, İşletmelerin uyguladıkları sosyal sorumluluk kampanyalarının müşteri bağlılığı yaratmaktaki rolü ve bir uygulama, Dokuz Eylul University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2010

Postgraduate, Hizmetlerin pazarlanmasında müşteri memnuniyeti ve bir uygulama, Dokuz Eylul University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (YI) (Tezli), 2007

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Professor, Dokuz Eylul University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2020 - Continues

Associate Professor, Dokuz Eylul University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2014 - 2020

Assistant Professor, Dokuz Eylul University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - 2014

Research Assistant, Dokuz Eylul University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2005 - 2013

Advising Theses

Özgüven Tayfun N., Analysis of the relationship between influencer marketing in social media and consumers' impulse buying behavior, Postgraduate, E.ŞAHİN(Student), 2022

ÖZGÜVEN TAYFUN N., An application on the effects of phenomena using digital content marketing on the purchasing decision of generations x, y and z, Postgraduate, A.ABIYEV(Student), 2022

Özgüven Tayfun N., An application on the effect of brand experience of X, Y and Z generations on brand trust, Postgraduate, C.UYGÜL(Student), 2022

Özgüven Tayfun N., A research on the relationship between digital marketing activities and the sharing economy, Doctorate, B.ÖÇLÜ(Student), 2022

ÖZGÜVEN TAYFUN N., An application on the relationship between innovation and brand value, Postgraduate, Ö.TOPRAK(Student), 2019

ÖZGÜVEN TAYFUN N., Analysis of consumers' awareness and perception of geographic marked products, Postgraduate, S.KÜÇÜKYILMAZ(Student), 2019

ÖZGÜVEN TAYFUN N., Analysis of country selection criteria of foreign direct investors for investment and qualified labor force for migration: Algeria example, Postgraduate, Y.GÜZEL(Student), 2018

ÖZGÜVEN TAYFUN N., An analysis of the relationship between the usage cartoon characters and brand and advertisement attitudes in luxury brand advertisements, Postgraduate, Ç.DİKİLİ(Student), 2018

ÖZGÜVEN TAYFUN N., The effects of mobile marketing on consumers brand perceptions:a case study, Postgraduate, S.ÇAPRAZ(Student), 2015

Jury Memberships

Associate Professor Exam, Associate Professor Exam, Dokuz Eylul University, July, 2023

Associate Professor Exam, Associate Professor Exam, Dokuz Eylul University, July, 2023

Associate Professor Exam, Associate Professor Exam, Dokuz Eylul University, March, 2023

Associate Professor Exam, Associate Professor Exam, Dokuz Eylül Üniversitesi, March, 2023

Associate Professor Exam, Associate Professor Exam, Dokuz Eylul University, March, 2023

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. THE RELATIONSHIP BETWEEN PERSONALITY TRAITS AND SOCIAL MEDIA USE**
ÖZGÜVEN TAYFUN N., Mucan B.
SOCIAL BEHAVIOR AND PERSONALITY, vol.41, no.3, pp.517-528, 2013 (SSCI)

Articles Published in Other Journals

- I. The Effect of Content Marketing Activities at Social Media on Consumer Trust**
Özgüven Tayfun N., Bozkurt D.
The Journal of Social Sciences, vol.10, no.64, pp.404-428, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- II. Analysis of the Relationship between Life Satisfaction and Sustainable Consumption Behavior**
Özgüven Tayfun N., Erol C.
International SOCIAL SCIENCES STUDIES Journal, vol.8, no.98, pp.1643-1653, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- III. İLK DİJİTAL PARA ARZI (ICO) İÇİN MODERN PAZARLAMA STRATEJİSİNİN TOPSIS METODU İLE SEÇİMİ**
GENÇ S., BASMACI G., ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Ekonomi İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi, vol.3, no.2, pp.85-99, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. LÜKS TÜKETİM MALLARI SATIN ALIMINDA INSTAGRAM KULLANIMI ÜZERİNE İÇERİK ANALİZİ**
ÖZGÜVEN TAYFUN N., ÖZER B.
Sosyal Bilimler Dergisi, no.36, pp.76-83, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- V. Dijital Pazarlama Kapsamında Türkiye'xxdeki Bankaların Web Sitelerinin İçerik Analiziyle İncelenmesi**

ÖZGÜVEN TAYFUN N., MEŞE E.

Researcher: Social Science Studies, vol.6, no.2, pp.201-213, 2018 (Peer-Reviewed Journal)

- VI. **TÜRKİYE’de İÇSEL PAZARLAMA İLE İLGİLİ YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZ ÇALIŞMALARINA YÖNELİK BİR İNCELEME**
ÖZGÜVEN TAYFUN N., BAYAM YANAR B.
Dijital Çağda İşletmecilik Dergisi, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **ANALYSIS RELATIONSHIP BETWEEN PRODUCT RECALL AND CORPORATE REPUTATION**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
International Journal of Marketing and Technology, vol.7, no.10, pp.11-23, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Pazar Kurdu Olma ve Viral Pazarlama Arasındaki İlişki Gücünün Analizi**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.20, no.37, pp.237-251, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Analysis of the Relationship Between Consumer s environmental awareness and Brand Loyalty**
ÖZGÜVEN N., ÖÇLÜ B.
International Journal of Research in Social Sciences, vol.6, no.7, pp.432-441, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **ÇEVRECI ÜRÜNLERİN TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA KARARLARINDAKİ YERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA**
ÖZGÜVEN N., ÖÇLÜ B.
Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.9, no.3, pp.185-198, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Market Alışverişlerinde Plansız Satın Alma Davranışında Demografik Farklılığı Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma**
ÖZGÜVEN N.
Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, no.34, pp.75-86, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Pazar Kurdu Tüketicilerin Demografik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Uygulama**
ÖZGÜVEN N.
Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, no.29, pp.17-22, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **YEŞİL PAZARLAMA UYGULAMASININ TÜKETİCİLER AÇISINDAN ALGILANMASININ NÖROPAZARLAMA TEKNİĞİ İLE ARAŞTIRILMASI**
ÖZGÜVEN N., ÖÇLÜ B.
Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.34, no.2, pp.95-113, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **Perakentecilikte Müşterilerle İletişim Yönteminin Seçimi Promethee Karar Tekniği ile Bir Uygulama**
ÖZGÜVEN N.
Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.8, no.2, pp.150-181, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **BATIL İNANÇLARIN YENİLİKÇİLİKTEKİ ROLÜNÜN ANALİZİ**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.27, no.3, pp.111-124, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **Hedonik Tüketim ile Cinsiyet ve Gelir Değişkenleri Arasındaki İlişkinin Analizi**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.6, no.1, pp.169-180, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **Sosyal Pazarlama Kampanyalarına Yönelik Tutumun Müşteri Memnuniyeti ve Bağlılığına Etkisi**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Ege Akademik Bakış, no.Cilt:13 Sayı:1 ss.29, pp.129-42201, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **BATIL İNANÇLAR VE YAŞAM TATMİNİ İLİŞKİSİ: İZMİR’xxDE BİR ARAŞTIRMA**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.31, no.2, pp.59-73, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **Promethee Sıralama Yöntemi İle Özel Alışveriş Siteleri Üzerine Bir Araştırma**
ÖZGÜVEN N.
Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.27, pp.195-201, 2012 (Peer-Reviewed Journal)

- XX. **Tüketicilerin Mobil Reklamcılığı Kabullenmelerinde Etkili Olan Faktörler Üzerine Bir Uygulama**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Yönetim Bilimleri Dergisi, vol.11, no.21, pp.7-28, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **Organic Foods Motivations Factors for Consumers**
ÖZGÜVEN N.
Procedia Social and Behavioral Sciences, no.62 pp.661-665 2012, pp.661-665, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XXII. **Siyasal Pazarlama Uygulamaları Açısından Belediye Başkanlarının Web Sitelerinin Değerlendirilmesi**
DEMİRTAŞ M. C., ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, no.Cilt:5 Sayı:2 Yıl:20, pp.22012238-25, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIII. **Vakıf Üniversitesi Tercihinin Analitik Hiyerarşi Süreci İle Belirlenmesi**
ÖZGÜVEN N.
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIV. **KRİZ DÖNEMİNDE KÜRESEL PERAKENDECI AKTÖRLERİN PERFORMANSLARININ TOPSİS YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ**
ÖZGÜVEN N.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.25, no.2, pp.151-162, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XXV. **Ekonomik Durgunluk Dönemlerinde Tüketicilerin Satın Alma Davranışında Yaşanan Değişimlerin Analizi**
ÖZGÜL E., ÖZGÜVEN N.
Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, vol.7, no.13, pp.239-263, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVI. **Tüketicilerin Online Alışverişe Karşı Tutumları İle Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Analizi**
ÖZGÜVEN N.
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, no.21, pp.47-54, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVII. **Genç Tüketicilerin Marka Kişiliği Algılamalarının Cinsiyete Göre Değerlendirilmesi McDonald s ve Burger King**
ÖZGÜVEN N., Yücel E. K.
Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, pp.139-163, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVIII. **Analysis of the Relationship Between Perceived Security and Customer Trust and Loyalty in Online Shopping**
ÖZGÜVEN N.
Chinese Business Review, vol.10, no.11, pp.990-997, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIX. **Ağızdan Ağıza İletişim Kavramı ve Tüketicilerin Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkinin Analizi**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Finans Politik Ekonomik Yorumlar, vol.47, no.544, pp.103-115, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XXX. **Marka değeri: Global markaların değerlendirilmesi**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXI. **GENÇ TÜKETİCİLERİN MARKA KİŞİLİĞİ ALGILAMALARININ CİNSİYETE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ:MCDONALD'S VE BURGER KING**
Özgüven Tayfun N., Karataş Yücel E.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ, vol.1, no.11, pp.139-165, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXII. **Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama**
ÖZGÜVEN N.
Ege Akademik Bakış, vol.8, no.2, pp.651-682, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIII. **Elektronik Finans Hizmetleri Açısından İnternet Bankacılığının Kullanımı Üzerine Bir Uygulama**
DEMİRELİ E., ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.6, no.1, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIV. **REKLAMDA ETİK VE DENETİM**

ÖZGÜVEN TAYFUN N.

Dayanışma, vol.95, no.2, pp.75-88, 2007 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Tüketicilerin Giyilebilir Teknolojilere Yönelik Tutumları**
Özgüven Tayfun N.
in: Tüketici Davranışlarında Güncel Yaklaşımlar, Dr. Cemal GÜMÜŞ, Editor, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, pp.17-36, 2023
- II. **Marka İletişimi ve Duyusal Markalama Arasındaki İlişkinin Analizi**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Ekin Yayınevi, 2019
- III. **Pazarlama Yönetimi**
AYTUĞ S., ÖZGÜVEN N.
Birleşik Matbaacılık, İzmir, 2016
- IV. **Mobil Pazarlama ve Mobil Reklam Tüketicilerin Mobil Reklamcılığa Karşı Tutumlarının Analizi**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
Dora Yayınları, Bursa, 2013

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **SOSYAL MEDYADAKİ İÇERİK PAZARLAMASI ETKİNLİKLERİNİN TÜKETİCİ GÜVENİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
BOZKURT D., ÖZGÜVEN TAYFUN N.
EGE 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES, 22 - 24 December 2023, pp.1827-1841
- II. **International Trade And Green Economy: Costa Rica Example**
Özgüven Tayfun N.
Uluslararası Avrasya Ekonomileri Kongresi, İzmir, Turkey, 19 - 20 September 2023, pp.1-10
- III. **Tüketicilerin Demografik Özelliklerine Göre Hazır Giyim Mağaza Atmosferi Algılamaları**
ÖZGÜVEN TAYFUN N., Bilginer G.
PPAD 24. Pazarlama Kongresi, Aydın, Turkey, 1 - 04 May 2019, pp.283-300
- IV. **E-Perakendeci İşletmelerin Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemi İle Değerlendirilmesi**
ÖZGÜVEN TAYFUN N., İpekten İ., Çatıkkaş İ.
PPAD 24. Pazarlama Kongresi, Aydın, Turkey, 1 - 04 May 2019, pp.301-318
- V. **Marka Kişiliği ve Marka İmajı İlişkisi: Gençler Üzerine Bir Uygulama**
Özgüven Tayfun N., Karataş Yücel E., Önce A. G.
17. ULUSAL PAZARLAMA KONGRESİ, Balıkesir, Turkey, 18 - 21 October 2012
- VI. **Organic foods motivations factors for consumers**
ÖZGÜVEN TAYFUN N.
World Conference on Business, Economics and Management (BEM), Antalya, Turkey, 4 - 06 May 2012, vol.62, pp.661-665

Supported Projects

ÖZGÜVEN TAYFUN N., Project Supported by Higher Education Institutions, Tüketicilerin internet sitelerindeki davranışlarının fare izleme yöntemi (mouse tracking method) ile analizi, 2019 - 2022

Metrics

Publication: 46

Citation (WoS): 73

Citation (Scopus): 46

H-Index (WoS): 3

H-Index (Scopus): 1