

Asst. Prof. SEVGİ NUR SADEDİL

Personal Information

Email: sevginur.kurus@yeniuyuzyl.edu.tr

Web: <https://avesis.yeniuyuzyl.edu.tr/sevginur.sadedil>

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0001-6152-7285

Yoksis Researcher ID: 260468

Education Information

Doctorate, Marmara University, Institute Of Social Sciences, Turkey 2012 - 2016

Masters (Non-Thesis), Yeditepe University, Turkey 2008 - 2011

Undergraduate, Dogus University, Turkey 2000 - 2006

Foreign Languages

English

Dissertations

Doctorate, Pazarlama mesajlarının etkinliği açısından geleneksel pazarlama araştırmaları ile nöropazarlama araştırmalarının karşılaştırılması; "Sigara paketleri üzerindeki caydırıcı mesajların, sigara kullanma alışkanlıkları üzerindeki etkisi, Marmara University, Institute Of Social Sciences, 2016

Academic Titles / Tasks

2017 - Continues

Academic and Administrative Experience

Istanbul Yeni Yuzyil University, 2024 - Continues

Istanbul Yeni Yuzyil University, 2019 - Continues

Istanbul Yeni Yuzyil University, 2021 - 2024

Istanbul Yeni Yuzyil University, 2019 - 2023

Istanbul Yeni Yuzyil University, 2018 - 2019

Courses

SOSYAL BİLİMLERDE ARAřTIRMA YÖNTEMLERİ, Undergraduate, 2021-2022, 2020-2021, 2019-2020, 2018-2019

REKLAM ÇÖZÜMLEMELERİ, Undergraduate, 2021-2022, 2020-2021, 2019-2020, 2017-2018

İLETİşİM ARAřTIRMA YÖNTEMLERİ VE ETİĞİ, Undergraduate Double Major, 2021-2022, 2020-2021, 2019-2020, 2018-

2019

MEZUNİYET PROJESİ I, Undergraduate, 2021-2022, 2020-2021, 2019-2020, 2018-2019

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Undergraduate Double Major, 2021-2022, 2019-2020, 2018-2019

MEZUNİYET PROJESİ II, Undergraduate, 2021-2022, 2020-2021, 2019-2020, 2018-2019, 2017-2018

İTİBAR VE KRİZ YÖNETİMİ, Undergraduate, 2020-2021, 2018-2019

REKLAM KAMPANYALARI, Undergraduate, 2019-2020

DİJİTAL PAZARLAMA, Undergraduate, 2018-2019

Advising Theses

SADEDİL S. N., COVID-19 pandemisinin kurumların pazarlama iletişimi faaliyetlerine yansması: FMCG markaları üzerine bir çalışma, Postgraduate, T.EMEKSİZ(Student), 2023

SADEDİL S. N., Kurumların kriz yönetimi sürecinde yaptıkları kriz iletişimi faaliyetlerinin tüketici davranışına etkisi: Volkswagen örneği, Postgraduate, F.ALÇIN(Student), 2022

SADEDİL S. N., Medya ve toplumsal bellek: Toplumsal olayların hatırlanması çerçevesinde sosyal medya ve geleneksel medyanın karşılaştırılması, Postgraduate, C.BOZKURT(Student), 2020

SADEDİL S. N., Veri tabanlı pazarlama ve süperpanoptikon ilişkisinin tüketici satın alma niyetine etkisi, Postgraduate, D.ÇAKMAK(Student), 2020

SADEDİL S. N., Sosyal medya akımlarının tüketici tutumuna etkisi, Postgraduate, E.TAN(Student), 2020

Articles Published in Other Journals

- I. **The Impact of Data-Based Marketing Activities On Consumer Purchase Intention**
ÇAKMAK D., SADEDİL S. N.
Research Studies Anatolia Journal, vol.6, no.3, pp.245-266, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Pazarlama Mesajlarının E-Spor Tüketici Tutumları Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Twitch Ortamındaki Reklamlara Yönelik Tüketici Tutumları**
SADEDİL S. N.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, vol.13, no.3, pp.853-863, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Gerçek Zamanlı Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Sosyal Medya Kullanıcılarının Tutumu**
SADEDİL S. N.
Turkish Studies - Economics, Finance, Politics , vol.17, no.2, pp.431-446, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Medya ve Toplumsal Bellek: Toplumsal Olayların Hatırlanması Çerçevesinde Sosyal Medya ve Geleneksel Medya'nın Karşılaştırılması**
SADEDİL S. N., BOZKURT C.
Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları Dergisi, vol.1, no.2, pp.61-79, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Nöropazarlama Literatürüne Etki Eden Nörobilim Alanlarının ve Kavramlarının Nöropazarlama Bakış Açısı İle İncelenmesi**
SADEDİL S. N.
Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, vol.1, no.2, pp.187-201, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Nörobilim Araştırmalarında Kullanılan Görüntüleme Yöntemlerinin Nöropazarlama Alanında Kullanılmasına Yönelik Kavramsal Bir Çalışma**
SADEDİL S. N., TÜZEL URALTAŞ K. N.
Sosyal Bilimler Dergisi, vol.5, no.20, pp.257-277, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Comparison of Conventional Marketing Researches and Neuromarketing Researches in Regard to the Efficiency of Marketing Messages**
SADEDİL S. N., BOZKURT İ., TÜZEL URALTAŞ K. N., TAŞ C.
The Journal of Neurobehavioral Sciences, vol.3, no.3, pp.101-109, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Sosyal Medyada Karanlık Pazarlama Uygulamaları**
TÜZEL URALTAŞ K. N., SADEDİL S. N.
in: Dijital Evrenin Yeni İletişim Kodları III, Yıldız Balaban Öykü Ezgi, Editor, Nobel Bilimsel, Ankara, pp.171-185, 2023
- II. **Engelliliğin Önlenmesinde İletişimin Rolü: Sosyal Medyada Meydan Okuma Akımları**
SADEDİL S. N.
in: İletişim Perspektifinde Sosyal ve Ekonomik Olaylar, Dr. Ömer Faruk Aslan, Doç. Dr. Sait Sinan Atılgan, Editor, EFEAKADEMİ YAYINLARI, İstanbul, pp.231-245, 2023
- III. **Marka Aktivizmi Ekseninde Sosyal Medya Aktivizm Unsurlarının Reklamlarda İşlenişi: AUDI Markası Üzerine Bir İnceleme**
SADEDİL S. N.
in: Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar XI, Arzu Karaca, Editor, Eğitim yayınevi, İstanbul, pp.193-203, 2022
- IV. **NÖROPAZARLAMA ARAŞTIRMALARINDA KULLANILAN EEG TEKNİĞİ: OLAY İLİŞKİLİ POTANSİYELLER EKSENİNDE KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME**
SADEDİL S. N.
in: İletişim ve Medya Alanında Uluslararası Araştırmalar IX, Abdulkhakim Bahadır Darı, Editor, Eğitim Yayınevi, pp.163-176, 2022
- V. **DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARININ YAPMIŞ OLDUĞU PAZARLAMA İLETİŞİMİ FAALİYETLERİNİN VİRAL ETKİSİ: NETFLIX: "BİR BAŞKADIR" DİZİ ÖRNEĞİ**
SADEDİL S. N., YAZICI B.
in: VİRAL REKLAMCILIK Pazarlama Perspektifinden Bir Yaklaşım, Krom, İpek, Editor, Nobel Bilimsel, İstanbul, pp.193-218, 2021
- VI. **Hedefli Reklamcılık Ekseninde Dijital Çağda Çevrimiçi Gizlilik**
SADEDİL S. N., SEJFULA M.
in: Postmodernizmin İz Düşümleri, Volkan Ekin, Editor, Kriter Yayınevi, İstanbul, pp.287-298, 2020
- VII. **Global Markaların Reklam Stratejilerinde Kültürel Farklılıklar Wonderbra Örneği**
SADEDİL S. N.
in: 21.Yüzyılda Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Gülşah Aydın, Editor, Kriter Yayınevi, İstanbul, pp.251-261, 2020

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **YouTube Ads Leaderboard'da Listelenen Reklamların Göstergebilim Bağlamında Çözümlemesi**
SADEDİL S. N.
EGE 9th International Conference on Social Sciences, İzmir, Turkey, 22 - 24 September 2023
- II. **Pazarlama Mesajları Karşısında Aktive Olan Beyin Bölgelerinin Nöropazarlama Bakış Açısı ile İncelenmesi**
SADEDİL S. N.
Yeni Yüzyıl'da İletişim Kongresi, Turkey, 09 June 2022
- III. **GERÇEK ZAMANLI PAZARLAMA YAKLAŞIMI: UYGULAMA ÖRNEKLERİ**
SADEDİL S. N.
Dijital Çağda İletişim Eğitimi Sempozyumu, İstanbul, Turkey, 21 - 23 October 2020, pp.152
- IV. **E-spor tüketicilerinin etkileşimde oldukları dijital ve fiziksel ortamların pazarlama iletişimi kanalı olarak işleyişi**
SADEDİL S. N.
5th International Scientific Research E-Congress (IBAD - 2020), Turkey, 1 - 02 September 2020
- V. **İLETİŞİM BAĞLAMINDA KULLANILAN SOSYAL MEDYA'NIN REKLAM ORTAMINA DÖNÜŞMESİ: FACEBOOK MARKETPLACE ÖRNEĞİ**

SADEDİL S. N., Kızılkaplan A.

3. ULUSLARARASI İLETİŞİM, EDEBİYAT, MÜZİK VE SANAT ÇALIŞMALARINDA GÜNCEL YAKLAŞIMLAR KONGRESİ,
İstanbul, Turkey, 26 - 27 October 2018

**VI. Nöropazarlama Disiplinine Etki Eden Nörobilim Alanlarının ve Kavramlarını Nöropazarlama Bakış
Açısı İle İncelenmesi**

SADEDİL S. N.

1. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Kongresi, Antalya, Turkey, 13 May 2018

Metrics

Publication: 20