

Dr. Öğr. Üyesi SEVGİ NUR SADEDİL

Kişisel Bilgiler

E-posta: sevginur.kurus@yeniuyuzyl.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0001-6152-7285

Yoksis Araştırmacı ID: 260468

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye 2012 - 2016

Yüksek Lisans-Tezsiz, Yeditepe Üniversitesi, Türkiye 2008 - 2011

Lisans, Doğu Üniversitesi, Türkiye 2000 - 2006

Yabancı Diller

İngilizce

Yaptığı Tezler

Doktora, Pazarlama mesajlarının etkinliği açısından geleneksel pazarlama araştırmaları ile nöropazarlama araştırmalarının karşılaştırılması; "Sigara paketleri üzerindeki caydırıcı mesajların, sigara kullanma alışkanlıkları üzerindeki etkisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016

Akademik Unvanlar / Görevler

2017 - Devam Ediyor

Akademik İdari Deneyim

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, 2024 - Devam Ediyor

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, 2019 - Devam Ediyor

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, 2021 - 2024

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, 2019 - 2023

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, 2018 - 2019

Verdiği Dersler

SOSYAL BİLİMLERDE ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ, Lisans, 2021-2022, 2020-2021, 2019-2020, 2018-2019

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

İLETİŞİM ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ VE ETİĞİ, Lisans Çift Anadal, 2021-2022, 2020-2021, 2019-2020, 2018-2019

MEZUNİYET PROJESİ I, Lisans, 2021-2022, 2020-2021, 2019-2020, 2018-2019
BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Lisans Çift Anadal, 2021-2022, 2019-2020, 2018-2019
MEZUNİYET PROJESİ II, Lisans, 2021-2022, 2020-2021, 2019-2020, 2018-2019, 2017-2018
İTİBAR VE KRİZ YÖNETİMİ, Lisans, 2020-2021, 2018-2019
REKLAM KAMPANYALARI, Lisans, 2019-2020
DİJİTAL PAZARLAMA, Lisans, 2018-2019

Yönetilen Tezler

SADEDİL S. N., COVID-19 pandemisinin kurumların pazarlama iletişimi faaliyetlerine yansması: FMCG markaları üzerine bir çalışma, Yüksek Lisans, T.EMEKSİZ(Öğrenci), 2023
SADEDİL S. N., Kurumların kriz yönetimi sürecinde yaptıkları kriz iletişimi faaliyetlerinin tüketici davranışına etkisi: Volkswagen örneği, Yüksek Lisans, F.ALÇIN(Öğrenci), 2022
SADEDİL S. N., Medya ve toplumsal bellek: Toplumsal olayların hatırlanması çerçevesinde sosyal medya ve geleneksel medyanın karşılaştırılması, Yüksek Lisans, C.BOZKURT(Öğrenci), 2020
SADEDİL S. N., Veri tabanlı pazarlama ve süperpanoptikon ilişkisinin tüketici satın alma niyetine etkisi, Yüksek Lisans, D.ÇAKMAK(Öğrenci), 2020
SADEDİL S. N., Sosyal medya akımlarının tüketici tutumuna etkisi, Yüksek Lisans, E.TAN(Öğrenci), 2020

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **The Impact of Data-Based Marketing Activities On Consumer Purchase Intention**
ÇAKMAK D., SADEDİL S. N.
Research Studies Anatolia Journal, cilt.6, sa.3, ss.245-266, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.13, sa.3, ss.853-863, 2022 (Hakemli Dergi)
- III. **Gerçek Zamanlı Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Sosyal Medya Kullanıcılarının Tutumu**
SADEDİL S. N.
Turkish Studies - Economics, Finance, Politics , cilt.17, sa.2, ss.431-446, 2022 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.1, sa.2, ss.61-79, 2021 (Hakemli Dergi)
- V. **Nöropazarlama Literatürüne Etki Eden Nörobilim Alanlarının ve Kavramlarının Nöropazarlama Bakış Açısı İle İncelenmesi**
SADEDİL S. N.
Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.1, sa.2, ss.187-201, 2018 (Hakemli Dergi)
- VI. **Nörobilim Araştırmalarında Kullanılan Görüntüleme Yöntemlerinin Nöropazarlama Alanında Kullanılmasına Yönelik Kavramsal Bir Çalışma**
SADEDİL S. N., TÜZEL URALTAŞ K. N.
Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.5, sa.20, ss.257-277, 2018 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.3, sa.3, ss.101-109, 2016 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

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

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **YouTube Ads Leaderboard'da Listelenen Reklamların Göstergibilim Bağlamında Çözümlemesi**
SADEDİL S. N.
EGE 9th International Conference on Social Sciences, İzmir, Türkiye, 22 - 24 Eylül 2023
- II. **Pazarlama Mesajları Karşısında Aktive Olan Beyin Bölgelerinin Nöropazarlama Bakış Açısı ile İncelenmesi**
SADEDİL S. N.
Yeni Yüzyıl'da İletişim Kongresi, Türkiye, 09 Haziran 2022
- III. **GERÇEK ZAMANLI PAZARLAMA YAKLAŞIMI: UYGULAMA ÖRNEKLERİ**
SADEDİL S. N.
Dijital Çağda İletişim Eğitimi Sempozyumu, İstanbul, Türkiye, 21 - 23 Ekim 2020, ss.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), Türkiye, 1 - 02 Eylül 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 ÇALIŐMALARINDA GÜNCEL YAKLAŐIMLAR KONGRESİ,
İstanbul, Türkiye, 26 - 27 Ekim 2018

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

SADEDİL S. N.

1. Uluslararası Halkla İliőkiler ve Reklamcılık Kongresi, Antalya, Türkiye, 13 Mayıs 2018

Metrikler

Yayın: 20