

Prof. Dr. TOLGA TORUN

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 228 214 1215](tel:+902282141215)

E-posta: tolga.torun@bilecik.edu.tr

Web: <https://avesis.bilecik.edu.tr/tolga.torun>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: Q_8G_0cAAAAJ

ORCID: 0000-0003-4215-406X

Yoksis Araştırmacı ID: 57644

Eğitim Bilgileri

Doktora, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 2007 - 2013

Yüksek Lisans, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), Türkiye 2004 - 2007

Lisans, Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2000 - 2004

Yaptığı Tezler

Doktora, Sanal topluluklarda pazarlama iletişimi ve sosyal etkileşimin tüketici temelli markadeğerine etkisi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2013

Yüksek Lisans, sektörel dış ticaret şirketleri ihracat modelinin Kütahya ilinde, çini sektöründe uygulanabilme imkanlarının araştırılması, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), 2007

Araştırma Alanları

Pazarlama, Yönetim Bilişim Sistemleri

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri, 2023 - Devam Ediyor

Akademik İdari Deneyim

Bölüm Başkanı, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri, 2023 - Devam Ediyor

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2013 - Devam Ediyor

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2013 - Devam Ediyor

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2018 - 2021

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2019 - 2020

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2015 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2015 - 2019
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2016 - 2018

Verdiği Dersler

SOSYAL MEDYADA PAZARLAMA, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
e-ticaret, Lisans, 2016 - 2017
İşletme Fonksiyonları, Lisans, 2016 - 2017
Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016
Bilimsel Araştırma Teknikleri, Lisans, 2015 - 2016
reklam ve toplum, Lisans, 2015 - 2016, 2014 - 2015
pazarlama, Lisans, 2015 - 2016
işletmeye giriş, Lisans, 2015 - 2016, 2014 - 2015
sosyal medya pazarlaması, Lisans, 2015 - 2016
iletişim tekniği, Lisans, 2015 - 2016
girişimcilik ve iş tasarımı, Lisans, 2015 - 2016
e-pazarlama, Lisans, 2015 - 2016, 2014 - 2015
pazarlama araştırmaları, Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012
GENEL İŞLETME 1, Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012
GİRİŞİMCİLİK VE KOBİLER, Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012
GENEL İŞLETME 2, Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012
TEMEL BİLGİSAYAR BİLİMLERİ, Lisans, 2009 - 2010
TEMEL BİLGİSAYAR KULLANIMI TEKNİKLERİ, Lisans, 2009 - 2010

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Youtube Üzerinden Siyasal İletişim Yarışının Sosyal Medya Madenciliği Yoluyla İncelenmesi**
TORUN N. K., TORUN T.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.9, sa.2, ss.117-140, 2023 (Hakemli Dergi)
- II. **KÖTÜ AMAÇLI YAZILIMLARIN E-TİCARET İÇERİSİNDE SİBER GÜVENLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ**
TORUN N. K., TORUN T.
Sakarya İktisat Dergisi, cilt.11, sa.1, ss.1-16, 2022 (Hakemli Dergi)
- III. **Metaverse ve Din Kavramlarının Sosyal Medya Madenciliği Yolu ile İncelenmesi**
TORUN N. K., TORUN T.
Alanya Akademik Bakış, cilt.6, sa.2, ss.2511-2526, 2022 (Hakemli Dergi)

- IV. **DİJİTAL ORTAMDA PAZARLAMA FAALİYETLERİNİN DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ**
TORUN T., ÖZBEK A.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, cilt.56, sa.3, ss.1871-1893, 2021 (Hakemli Dergi)
- V. **Bir Marka İletişimi Aracı Olarak Fenomen Etkisi: Farklı Ürün Ve Fenomen Tipleri Açısından Satın Alma Niyeti Ve Güvenilirlik Açısından Karşılaştırma**
TORUN T.
Journal of Current Researches on Business and Economics, cilt.11, sa.1, ss.129-140, 2021 (Hakemli Dergi)
- VI. **Lisans Öğrencilerin Pazarlama ve Pazarlama Derslerine Yönelik Algılarının Metaforik Olarak İncelenmesi**
TORUN T.
pazarlama teorisi ve uygulamaları dergisi, cilt.6, sa.2, ss.187-216, 2020 (Hakemli Dergi)
- VII. **TÜKETİCİLERDE TAKLİT ÜRÜN SATINALMA İSTEĞİ DEMOGRAFİKFAKTÖRLERİN, KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN VE TÜKETİCİETNOSENTRİZMİN ETKİSİ**
TORUN T.
Pearson Journal Of Social Sciences Humanities, cilt.6, sa.6, ss.240-251, 2020 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Tütün Ve Tütün Ürünlerinin Tüketimini Azaltmaya Yönelik Renklerin Kullanımına İlişkin Bir Araştırma**
TORUN T.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ VİZYONER DERGİSİ, cilt.11, sa.27, ss.355-368, 2020 (Hakemli Dergi)
- IX. **The Impact of Persuasion and Uncertainty on Perception of Viral Marketing Activities**
TORUN T.
Journal of Business and Economics, cilt.6, sa.8, ss.1459-1466, 2015 (Hakemli Dergi)
- X. **Examining the Impact of Burnout Syndrome and Demographics on Impulsive Buying Behavior IBB in Working Places**
TORUN T., İPÇİOĞLU İ.
Advances in Economics and Business, cilt.3, sa.7, ss.279-286, 2015 (Hakemli Dergi)
- XI. **Examining the impact of burnout syndrome and demographics on impulsive buying behavior IBB in working places**
TORUN T., İPÇİOĞLU İ.
Advances in Economics and Business, cilt.3, sa.7, 2015 (Hakemli Dergi)
- XII. **İKNA VE BELİRSİZLİĞİN REKLAM ALGISI ÜZERİNDE ETKİSİNİN VİRAL REKLAM VE TELEVİZYON REKLAMLARI KAPSAMINDA KARŞILAŞTIRILMASI**
TORUN T.
The Sakarya Journal of Economics, cilt.4, sa.2, ss.1-19, 2015 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Doğrudan Pazarlama Faaliyetlerinde Yatırım Kararının Tahmininde Sınıflandırma Algoritmalarının Karşılaştırılması**
TORUN N. K., TORUN T.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.1, sa.1, ss.38-50, 2015 (Hakemli Dergi)
- XIV. **YERLEŞİKLİK ve İLİŞKİLERİ ANLAMADA AĞ DÜZENEGİ KURAMI SOSYOLOJİK BAKIŞ**
TORUN T., EĞİLMEZ Ö.
Dumlupınar University Journal of Social Science, sa.42, ss.69-76, 2014 (Hakemli Dergi)
- XV. **Sigara ve Benzer Nitelikli Alışkanlık Yaratan Ürünlerin Tüketiminin Azaltılmasına Yönelik Sosyal Pazarlama Uygulamalarında Vergilerin Etkinliği**
TORUN T., EKİNCİ F.
Sakarya İktisat Dergisi, cilt.3, sa.2, ss.18-39, 2014 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Effects of materialism and religious values on attitudes towards cause related marketing**
ERDOĞAN B. Z., TORUN T., GÖNÜLLÜOĞLU S.
Social Business, cilt.4, sa.2, ss.153-168, 2014 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Yerleşiklik ve İlişkileri Anlamada Ağ Düzenegi Kuramı: Sosyolojik Bakış**
TORUN T., EĞİLMEZ Ö.
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.0, sa.42, ss.69-76, 2014 (Hakemli Dergi)

XVIII. Bir İlişkisel Pazarlama Aracı Olarak Sanal Topluluklar

ERDOĞAN B. Z., TORUN T.

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.2, sa.4, ss.45-71, 2009 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **METAVERSE KAVRAMININ İLK ÇIKIŞ NOKTASI: SNOW CRASH (PARAZİT) İNCELEMESİ**
TORUN N. K., TORUN T.
METAVERSE VE MEDYA, ÇİMEN ÜLHAK, Editör, Efe akademi, Ankara, ss.7-22, 2024
- II. **Tüketici Pazarı ve NFT**
TORUN T.
Tüketici Davranışları-V, KARAMAN DAVUT, Editör, Eğitim Yayınevi, İstanbul, ss.119-140, 2024
- III. **Sosyal Medya Fenomenlerinin Kullanımının Marka Otantikliği Üzerinden Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi**
TORUN T.
Sosyal ve Beşeri Bilimlerin Değişen Yüzü: Stratejik Yaklaşımlar, Tutar Kürşat, Editör, SRA Academic Publishing, Klaipeda, ss.19-36, 2023
- IV. **E-Learning as an Impact of Emerging Technologies in Training: A Review of the Two Leading E-Learning Platforms**
TORUN N. K., TORUN T.
Focus of Educational Sciences and Future Perspective, Paşa Yalçın, Editör, SRA Academic Publishing (Strategic Researches Academy), Klaipeda, ss.71-84, 2023
- V. **Tüketici Temelli Marka Değerine Yönelik Yapılan Lisans Üstü Tezlerin Doküman Analizi Yöntemi İle İncelenmesi**
TORUN T.
Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Araştırmalar Kavramlar, Araştırmalar ve Uygulama-1, Prof. Dr. Zafer Gölen, Asst. Prof. Dr. Şükrü Ünar, Editör, Livre de Lyon, Lyon, ss.323-342, 2022
- VI. **Dijital Dünya Vatandaşlığın, Tekno-Dindarlık Şeklinde İbadet Üzerine Etkisi**
TORUN T.
sosyal bilimler araştırmaları: çıkarımları, bileşenler, çözümlenmeler, Kürşat Tüfekçi, Leyla Akbaş, Editör, SRA academic publishing, ss.83-104, 2022
- VII. **E-pazaryerleri yoluyla ürün pazarlama ve satış**
TORUN T.
Tekstil Ürünleri İçin Dijital Ortamda Pazarlama, Erkan Akar, Ahmet Özbek, Editör, Nobel, İstanbul, ss.293-326, 2021
- VIII. **Endüstri 4.0 Kapsamında Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi ve Bölgesel Sanayi İşbirliğinde Beklentiler ve Sorunlar**
TORUN T., TORUN N. K.
Eğitim ve İşletme Eksenli Multidisipliner Araştırmalar (1. Basım), , Editör, SRA Academic Publishing, ss.129-145, 2021
- IX. **Dijital Toplumlarda Vatandaşlık ve Hayırseverlik Etkileşiminin Yapısal Eşitlik Modellemesi ile Analizi**
TORUN T.
Sosyal Bilimlerde İstatistiksel Uygulamalar (SPSS, EVIEWS, R, Amos, Stata ve Gauss İle), , Editör, Efe Akademi, İstanbul, ss.305-375, 2020
- X. **Dijital Çağda İnternet Sosyal Medya ve Pazarlama**
TORUN T.
Dora, 2015
- XI. **Pazarlama İletişimi Karması Elemanları**
TORUN T.
Pazarlama İlkeler ve Yönetim, Prof. Dr. Bayram Zafer Erdoğan, Editör, Ekin, Bursa, ss.481-514, 2014
- XII. **Kobi'lerde Pazarlama**

TORUN T., GÖNÜLLÜOĞLU S.

Girişimcilik ve Kobiler Kavramlar Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Prof. Dr. Bayram Zafer Erdoğan, Editör, Ekin, ss.174-200, 2011

XIII. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri İhracat Modelinin Kütahya Çini Sektöründe Faaliyet Gösteren KOBİ'xlere Uygulanabilme İmkanlarının Araştırılması

TORUN T., Süer i.

Girişimcilik ve Kobiler Teori ve Uygulama, , Editör, Ekin, ss.310-331, 2008

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Dijital Medya Kaynağı Youtube Üzerinden Siyasal İletişim Yarışının Sosyal Medya Madenciliği Yoluyla İncelenmesi Özet**
TORUN N. K., TORUN T.
9th International Conference on Multidisciplinary Sciences, Antalya, Türkiye, 24 - 29 Nisan 2023
- II. **Eğitimde Gelişen Teknolojilerin Etkisi Olarak E- Öğrenme: İki Öne Çıkan E-Öğrenme Platformun İncelenmesi**
TORUN N. K., TORUN T.
13. Uluslararası Eğitim Yönetimi Formu, Ankara, Türkiye, 11 - 15 Mayıs 2022, ss.594-606
- III. **Endüstri 4.0 Kapsamında Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi ve Bölgesel Sanayi İşbirliğinde Beklentiler ve Sorunlar**
TORUN T., TORUN N. K.
14th International Conference of Strategic Research on Scientific Studies and Education, Türkiye, 16 - 18 Aralık 2021, ss.26-27
- IV. **METAVERSE KAVRAMININ İLK ÇIKIŞ NOKTASI: SNOW CRASH (PARAZİT) İNCELEMESİ**
TORUN N. K., TORUN T.
14th International Conference of Strategic Research on Scientific Studies and Education, Türkiye, 16 - 18 Aralık 2021, ss.115-122
- V. **Bir Marka İletişimi Aracı Olarak Fenomen Etkisi: Farklı Ürün Ve Fenomen Tipleri Açısından Satın Alma Niyeti Ve Güvenilirlik Açısından Karşılaştırma**
TORUN T.
13. International Conference of Strategic Research on Scientific Studies and Education, Türkiye, 26 Mayıs 2021
- VI. **DİJİTALLEŞEN DÜNYADA BİREYLERİN DİNİ DEĞERLERİNİN TEKNO-DİNDARLIK ÜZERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ**
TORUN T.
12th International Conference of Strategic Research in Social Science and Education, 10 - 13 Aralık 2020
- VII. **SOSYAL MEDYA FENOMENLERİNİN KULLANIMININ MARKA OTANTİKLİĞİ ÜZERİNDEN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ**
TORUN T.
12th International Conference of Strategic Research in Social Science and Education, 10 - 13 Aralık 2020
- VIII. **Dijital Dünya Vatandaşlığın, Tekno-Dindarlık Şeklinde İbadet Üzerine Etkisi**
TORUN T.
9th Eurasian Conference on Language and Social Sciences (ECLSS 2020a), 16 - 18 Ekim 2020, ss.413-431
- IX. **Tütün Ve Tütün Ürünlerinin Tüketimini Azaltmaya Yönelik Uygulama Olarak Renklerin Kullanımının Türkiye'de Sigara Kullananlar Üzerine Etkisinin Araştırılması**
TORUN T.
11th International Conference of Strategic Research on Scientific Studies and Education (ICoSReSSE), 8 - 10 Kasım 2019, ss.406-422
- X. **Yeni Nesil İçin Sosyal Medya İçerisinde Retro Pazarlama: Rotamız Kars**
TORUN T.
II. International Applied Social Sciences Congress, 19 - 21 Nisan 2018

- XI. CONSUMERS BUYING PREFERENCES FOR COUNTERFEIT GOODS THE EFFECTS OF DEMOGRAPHICS PERSONALITY TYPES AND CONSUMER ETHNOCENTRISM**
TORUN T.
International Conference of Strategic Research in Social Sciences and Education, 14 - 16 Ekim 2016, ss.1008-1023
- XII. Ürün Türü ve Fiyat Seviyesinin Tüketicilerin Amaca Yönelik Pazarlama Markası Satın Alma İsteği Üzerindeki Rolü**
ERDOĞAN B. Z., TORUN T., GÖNÜLLÜOĞLU S.
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 10 - 12 Haziran 2015, cilt1
- XIII. Relationship of the Factors of Mobbing An Application on Health Sector**
İPÇİOĞLU İ., TORUN T., EĞİLMEZ Ö., Ahlat A.
15th EBES Conference, 8 - 10 Haziran 2015, ss.1068-1078