ÖZGEÇMİŞ

1. Adı Soyadı : Fatma Yonca TUNÇ
2. Doğum Tarihi :
3. Unvanı : Dr.Öğr.Üyesi
4. Öğrenim Durumu : Doktora
5. Çalıştığı Kurum : İstanbul Okan Üniversitesi

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	COĞRAFYA BÖLÜMÜ	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ	1986
Yüksek Lisans	İŞLETME BÖLÜMÜ	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ	1988
Doktora	İŞLETME (DR)	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ	2003

5. Akademik Unvanlar

Yardımcı Doçentlik Tarihi :
Doçentlik Tarihi :
Profesörlük Tarihi :

6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

6.1. Yüksek Lisans Tezleri

EDA YURTSEVER, İlişkisel pazarlama faaliyetlerinin müşteri tatmin ve sadakati ile ilişkisi : Beş yıldızlı otel örneği, OKAN ÜNİVERSİTESİ, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2017.

OĞUZHAN METE, Mobilya sektöründe pazarlama ve marka stratejilerinin tüketici karar alma davranışı arasındaki ilişki üzerine bir araştırma, OKAN ÜNİVERSİTESİ, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2017.

HÜLYA BAL, Konaklama endüstrisi elektronik dağıtım kanallarının fonksiyonları ve pazarlama faaliyetleri üzerine bir uygulama, OKAN ÜNİVERSİTESİ, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2017.

HANİFE TAŞÖZÜ, Müşteri ilişkileri yönetiminde müşteri sadakatinin arttırılmasına yönelik işlenmiş cam sektörü üzerine bir örnek çalışma, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2018.

MURAT EKİNAY, Sosyal medyada müşteri ilişkileri yönetimi havayolu sektörü üzerine bir örnek çalışma, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2018.

MUTLU OĞUZ, Nöropazarlama süreçleri ve müşterilerin araç kiralama süreçlerindeki satın alma tercihlerini inceleyen araştırma, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2019.

KORAY AYDEMİR, Sosyal medya reklamlarının tüketici satın alma davranışlarına olan etkisi, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2020.

HADİ DORUK ÇAKMAKCI, OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE İLETİŞİM FAALİYETLERİ UYGULAMADA KADINLARA YÖNELİK İLETİŞİM FAALİYETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2021.

CEM KERMAN, Hediyelik eşya sektöründe özel günlerin online mağazacılıkta müşteriye etkileri ve uygulamadan bir örnek, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ, 2022.

AYHAN ALTAY, Dijital pazarlama sürecinde network marketing uygulamaları ve etkileri, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ, 2024.

EYLEM BOZOK, Dijital pazarlama uygulamalarının marka bilinirliğine etkisinde sosyal medya kullanım sıklığının rolü: Kozmetik sektöründe bir araştırma, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ, 2024.

KEMAL ÖNDER KAHRAMAN, Denizcilik sektörü ikmal süreçlerinde lojistik karar alma süreçlerine pandemi etkisinin incelenmesi, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ, 2025.

MİNE GÜL KAHRAMAN, Dijital pazarlamanın markalaşma sürecine etkileri - endüstri sektöründen bir firmanın markalaşma sürecinin incelenmesi, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ, 2025.

SUNA TANIMAER, Dijitalleşmenin radyo dinleyici hedef kitlesine etkileri, değişen alışkanlıklar ve yeni dinleyici profilleri, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ, 2026.

EMİNE AYDOĞAN ÇETİN, Dijital pazarlama kanallarından sosyal medya kullanımının konaklama işletmelerinde X,Y,Z Kuşakları açısından incelenmesi, İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ, LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ, 2026.

6.2. Doktora Tezleri

7. Yayınlar

7.1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

7.2. Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

7.3. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

7.4. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

7.5. Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

7.6. Yazılan ulusal kitaplar veya kitaplarda bölümler

7.7. Diğer yayınlar

8. Projeler

satış Akademisi, DİĞER, .

9. İdari Görevler

10. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler

11. Ödüller

12. Son İki Yılda Verdiği Lisans ve Lisansüstü Düzeydeki Dersler