

Curriculum Vitae

1. **Name Surname:** Tülin URAL
2. **Date of Birth:** 14.03.1957
3. **Title:** Professor
4. **Education:** PhD

Degree	Field	University	Year
Bachelor	Business Administration	İstanbul University	1978
Master	Business Administration	Hatay Mustafa Kemal University	1996
Doctorate	Business Administration	Çukurova University	2001

5. Academic Titles

Assistant Professorship :
Associate Professorship : 2010
Professorship : 2015

6. Graduate Theses Supervised

6.1 Master Theses

1. Bulgurcu, Esra.B., "Küçülme Stratejileri ve Türkiye'nin İlk 500 Büyük İşletmesinde Krizle Gelen Küçülme Stratejileri Üzerine Bir Araştırma", Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SBE, 2003.
2. Kuş, Seylan, "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde İşletme Sahibinin Deneyiminin Performans Üzerine Etkileri ve Bir Araştırma", Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SBE, 2003.
3. Korkmaz, Emine,V., "Tüketicilerin Elektronik Bankacılığa Duyduğu Güven Düzeyinin Kullanıma Etkisi Üzerine Bir Araştırma", Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SBE, 2006.
4. Perk Gül, H. "Tüketici Temelli Marka Değerinin Satın Alma Kararı Üzerine Etkisi", Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SBE, 2010.
5. Başanbaş, Şükran, "Algılanan Kalite-Tatmin ve Bağlılık İlişkisi: Filtre Sanayinde Kullanıcılar Üzerine Bir Araştırma", Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SBE, 2011.
6. Ötken, Gözde Gülin, "Müşteri Yönlülük, Teknoloji Yönlülük ve İşletmenin Yeni Ürün Geliştirme Performansı Üzerine bir Araştırma", Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SBE, 2012.
7. Yüksel, Duygu, "Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Müşterinin Algıladığı Değer Bileşenlerine Etkisi Üzerine Ampirik bir Çalışma", Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SBE, 2015.
8. Hallumoğlu, Çilem Eda, "Tüketim Değerlerinin Gösterişçi Tüketim Eğilimi Üzerindeki Etkileri: Hatay Örneği", Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SBE, 2018.
9. Samat, Mahmut, "Aldatıcı Reklamların Tüketici Tutum ve Satın Alma Niyetine Etkisi: Antakya'da Bir Araştırma", Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SBE, 2019.
10. Ertuğrul Baran, The effect of supply chain management (scm) processes on competitive advantage (ca) and organizational performance (op), Yeditepe Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü>İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (2021).

11. Eyiñç Elyesa, The impact of blockchain technology on brand loyalty in the context of sustainability in fashion industry, Yeditepe Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (2021).
12. Ekmekçiler Berna, The impact of social media use on creating value for hotels, Yeditepe Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (2021).

6.2 Doctorate Theses

13. Oypan Oğuz, (2021). Geniştirilmiş planlı davranış teorisi temelinde enerji tasarruflu ürünleri satın alma davranışı, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı
14. Akkor Koktekin Müge, (2022). The effect of online Turkish shoppers' perceptions on purchase intention in fashion industry, Yeditepe Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı
15. Gökhan Esra Nur, (2023). The effect of supply chain agility and supply chain resilience on firm performance: A study of the Marmara organized industrial zones, Yeditepe Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı

7. Publications

7.1. Articles published in peer reviewed international journals (SCI, SSCI Arts and Humanities)

1. Ural, Tülin; 2009, "The Effects of Relationship Quality on Export Performance: A Classification of Small and Medium-Sized Turkish Exporting Firms Operating In Single Export-Market Ventures" , European Journal of Marketing, Cilt 43, Sayı 1, February, s.139-168. TÜBİTAK Proje destekli, SOBAG-106K108, (SSCI)
2. Ural, Tulin; 2012, "System View on Analysis of Firm Performance Effects of Green Marketing Practices", Actual Problems of Economies,12(138), Aralık, s.506-517. TÜBİTAK Uluslararası Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü, MKÜ Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü, (SSCI)
3. Ural, Tulin ve S.K. Acaravcı; 2012, "The Role of Innovation Capability and Appropriability Regime in Internationalization: Empirical Evidence from Turkish Firms", Actual Problems of Economies, 2(128), Şubat, s.439-449. TÜBİTAK Uluslararası Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü MKÜ Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü, (SSCI)
4. Ural, Tülin; 2010, "Adolescents' Skepticism Toward Advertising: A Study In Turkish Culture"(Ergenlerin Reklamlara Duyduğu Güvensizlik:Türk Kültüründe bir Çalışma) İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, Cilt 25 Sayı 297, Aralık, s.57-95. TÜBİTAK Uluslararası Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü, (SSCI)
5. Ural Tülin,Özkaya Duman Olcay,Oypan Oğuz (2019). Tarihsel Reklamların Sosyoekonomik Ve Kültürel Açından Yansıttıkları: 1938 Yılında Hatay Gazetesi'nde Yayınlanan Reklamların İçerik Analizi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(3), 750-767. (Yayın No: 5712376) (ESCI)
6. Ural Tülin,Kakilli Acaravcı Songül,Oypan Oğuz,Karaömer Yunus (2019). Mediating Effect of Corporate Social Responsibility in the Relationship between Innovation and Firm Value. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 14(2), 479-490. (Yayın No: 5385398) (ESCI)
7. Ural, Tulin, Acaravcı, S.K., Oypan O., Karaömer, Y. (2019), "Mediating Effect of Corporate Social Responsibility between Innovation and Firm Value ",Eskişehir Osman Gazi Üniv. İİBF Dergisi. 14, Ağustos, s.479-490. (ESCI).

7.2. Articles published in other peer reviewed international journals

8. Ural Tülin, Oypan Oğuz (2021). Investigation Of Organic Food Consumption Behavior In The Context Of S-O-R Theory: The Case Of Antakya Hatay . Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi(58), 177-196.
9. Ural Tülin, Oypan Oğuz (2020). Tüketicilerin Sosyal Medyada Yer Alan Kişisel Verilerinin İşletmeler Tarafından Kullanılmasına Yönelik Rahatlık Algısını Etkileyen Faktörler. Journal Of Business Research-Turk, 12(3), 2424-2441., Doi: 10.20491/isarder.2020.984 (Yayın No: 6998915)
10. Ural Tülin, Balıkçioğlu Betül, Oypan Oğuz (2020). An Empirical Study on Antecedents of Consumption Values: The Moderating Effect of Social Class. International Journal of Economic and Administrative Studies, 26(1), 115-134., Doi: 10.18092/ulikidince.567924 (Yayın No: 5857624)
11. Songül Kakilli Acaravcı, Tulin Ural, Yunus Karaömer, (2018). Hisse Senedi Getirisi ve Sermaye Yapısı İlişkisine Etki Eden Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modellemesi ile Analizi, İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, DOI: <https://doi.org/10.32479/iicd.154>, 6 (4), s.26-38. IndexCopernicus Index
12. Ural, Tülin ve Cilem Eda Hallumoğlu (2018), Tüketim Değerlerinin Gösterişçi Tüketim Eğilimi ve Satın alma Niyeti Üzerindeki Etkileri: Hatay Örneği, İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, DOI: <https://doi.org/10.32479/iicd.154>, 6 (4), s.48-60. IndexCopernicus Index
13. Ural Tülin ve Devrimağ Ece (2017), Factors Effecting Online Consumer Purchase Intention, International Journal of Economics, Commerce and Management, 5(12), 114-132 (Yayın no: 3923233). Ulrich's ProQuest, EconBiz
14. Ural Tülin, (2017). The Specific Dimensions of Mental Well-Being: Educators Perception of The Ethicality and Relationship Quality, International Journal of Economics, Commerce and Management, 5(9), 170-185. (Yayın No: 3641504). Ulrich's ProQuest, EconBiz
15. Ural Tülin, Hallumoğlu Ç. Eda (2017), The role of internet toward exporting performance under inter-countries political conflict conditions: A case of Turkey, International Journal of Economics, Commerce and Management, 5(7), 23-40. (Yayın No: 3550207). Ulrich's ProQuest, EconBiz
16. Ural Tülin, Tercan E., Arslan M., Taner D. (2016), Güçlü Kent Markası Oluşturmada Destinasyon Kişiliği, Bilişsel ve Duygusal İmajın Rolü; Hatay Örneği, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(4), 145-160. (Yayın No: 3439664). EconLit Index
17. Ural, Tülin; E.S. Yıldırım; C. Durmuşçelebi, G. İhtiyat; B. Kundakçı ve M. Akın, 2015, "Attitudes of Turkish Young People toward Organ Donation: The Roles of Public Service Advertisements and Personality Differences", European Journal of Business and Social Sciences, Vol.4, May, No.2. ISI (International Scientific Index)
18. Ural, Tülin; Ö. F. Coşkun; D. Efe; A. Avara, 2015, "Dominant Effect of Emotional Responses on Actual Green Purchase Behavior: Segments of Turkish Young Generation", European Journal of Business and Social Sciences, Vol.4, May, No.2, ISI (International Scientific Index)
19. Ural, Tülin; H. Basık 2015, "Satışçıların Bilişsel ve Duyuşsal Değerlendirmelerinin Mesleki Yaşam Mutluluğu Üzerindeki Etkileri", Paradoks, Cilt:11, No.1, Ocak, s.89117 IndexCopernicus Index
20. Ural, Tülin; D. Yuksel, 2015, "The Mediating Roles of Perceived Customer Equity Drivers between Social Media Marketing Activities and Purchase Intention: A Study on Turkish Culture", International Journal of Economics, Commerce and Management, Cilt 3, No:10, October, s.1-18. Ulrich's ProQuest, EconBiz
25. Ural, Tülin; C. Kırıtöğlü, 2015, " How do Accountants Perceive the Ban of Advertising in Accounting Profession? A Turkish Experience", International Journal of Economics, Commerce and Management, Cilt 3, No:10, October, s.1-18. Ulrich's ProQuest, EconBiz

26. Ural, Tülin; 2014, "Service Quality of Dental Health Care: Top of Patients' Priorities from Perspective of Turkish Culture", The Business Review Cambridge, Cilt 22, No:2, Aralık, s.182-189. Cambridge Social Science Citation Index
27. Ural, Tülin ve G. Perk; 2012, "Tüketici Temelli Marka Değerinin Kişisel Bilgisayar Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Antakya'da Bir Çalışma", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 12, No:3, Eylül. EconLit Index
28. Ural, Tülin ve A., Kucukaslan; 2011, "The Examination of the Antecedents of Consumer Attitude toward Global Brands from Perspective of Turkish Culture" Innovative Marketing, Cilt. 7, No:1, p.88-102 EconLit Index
29. Ural, Tülin; 2008, "Consumer Responses to Process and Outcome Failures in Service Firms", Problems and Perspectives in Management , International Research Journal, Cilt 6, Sayı 3, s.48-56. SCOPUS
30. Ural, Tülin; 2008, "Factors Affecting the Success of Store Brands in Turkish Retailing Market", Innovative Marketing, Cilt 4, Sayı 2, s.33-41. EconLit Index
31. Ural, Tülin; 2008, "The Impact of Sales Management Practices on Job Satisfaction of Salespeople", Innovative Marketing, Cilt 4, Sayı 3, s.28-36. EconLit Index
32. Ural, Tülin; 2007, "The Antecedents and Consequences of Relationship Quality According to Stages of the Relationship between Exporters and Importers", Problems and Perspectives in Management-International Research Journal, Cilt 5, Sayı 3, s.111-130. SCOPUS
33. Ural, Tülin ve S.K. Acaravcı; 2006, "The Effects of Firm's Strategic Factors on Export and Firm Performance: A Comparison of Permanent and Sporadic Exporters", Problems and Perspectives in Management-International Research Journal, Cilt 4, Sayı 4, s. 42–62. TÜBA Uluslararası Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü, SCOPUS.

7.3. Papers delivered in international conferences and printed as proceedings

- 1.Ural Tülin, Akkor Koktekin Muge (2023). The Effect of Online Turkish Shoppers' Perceptions on Purchase Intention in Fashion Industry. 42. EBES conference Lisbon (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:8179981)
- 2.Hikmet Neşet, Ural Tülin, Atılgan Emrah (2023). An Examination Of Relationship Between Communication Quality, Performance Score, And Recommendation Of A Hospital Using Importance-Performance Map Analysis. Northeast Decision Science Institu 52 Annual Conference.
- 3.Ural Tülin, Ekşioğlu Şahnaz (2021). The Effects Of Technology Readiness On Intention Of Using The Mobile Payment Applications. V. Congress of International Applied Social Sciences C-iasoS 2021 Kuşadası-Turkey
- 4.Ural Tülin, Oypan Oğuz (2021). Antecedents of Consumers' E-Waste Recycling Behavioral Intentions Based on Theory of Planned Behavior. YUVAM-YIRCoBS'21 5 thYeditepe International Research Conference on Business Strategies "Circular Economy for a Sustainable Future: A Multidisciplinary Approach " 26-27 November 2021
- 5.Ural, Tulin (2018). "The Effects of Attitude and Social Norm on Ecologically Conscious Consumption Behavior", Proceedings of the International Congress on Business and Marketing, 2018, Maltepe University, Istanbul, 29.11.2018-01.12.2018.
- 6.Balıkçioğlu Betül, Ural Tülin (2017); "Yenilik ve Pazarlama Performansı İlişkisi Üzerine bir Literatür Çalışması, VI. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series Ohrid/Macedonia, 1(1), 113-124
- 7.Ural, Tülin ve S.K. Acaravcı; 2005, "The Determinants of Profitability: An Application On Manufacturing Sector In Turkey", International Atatürk Alato University, International

Conference on: Problems and Success Factors in Business: Perspectives From Emerging Markets and Transition Economies II, 10th November, Bishkek, Kyrgyzstan, s.65–75

7.4. Books and sections in books published internationally

National/International Books

- 1.Ural, Tülin; 2003,” İşletme ve Pazarlama Etiği, Detay Yayıncılık, Ankara, 1. basım, Şubat.
- 2.Hüsniye, Örs; Ural, Tülin; 2009, Konaklama İşletmelerinde Pazar Yönlülük, Detay Yayıncılık, Ankara, 1. basım, Ocak.
- 3.Ural, Tülin; 2009, Markalamada Yol Haritası, Nobel Yayıncılık, Ankara, 1. basım, Ocak.

National/International Book Chapters

1. Ekşioğlu Şahnaz, Ural Tülin,(2022), The New Digital Era: Digitalisation, Emerging Risks and Opportunities (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, Bölüm adı:(The Effects of Technology Readiness on Intention of Using the Mobile Payment Applications) Emerald Publishing Limited, Bingley,, Editör:Grima S., Özen E. and Boz H., Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 700, ISBN:ISBN: 978-1-80382-980-7, eISBN: 978-1-80382-979-1 ISSN: 1569-3759, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7789902)
2. Ural Tülin, Opan Oğuz (2022). Circular Economy: Multidisciplinary Approaches from Turkey, Bölüm adı:(Antecedents of Consumers’ E-Waste Recycling Behavioral Intentions Based on Theory of Planned Behavior) Lexington Books, Editör:Natalya Ketenci, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 262, ISBN:9781666921083, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 8044892)
3. Ural, Tulin ve G.Gülin Ötken; 2014, (Kitap Bölümü) “Impact of Customer and Technology Orientations on Performance of New Product Development: A Study Based on Turkish Manufacturers”, Interdisciplinary Perspectives on Social Sciences, Cambridge Scholars Publishing, UK; ISBN-13 978-1-4438-5579-2; ISBN-10:1-4438-5579-0; Pub. Date: 01-04-2014; 119-129.
4. Ural, Tülin (kitap bölümü) 2014, Üniversitelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluğu: Türk Üniversitelerinin Durum Analizi; Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Yüksek Öğrenim Sistemine Bakışımız kitabı, ISBN: 978-975-7989-54-7, Eylül, MKÜ tarafından basılmıştır.
- 5 Ural, Tülin (kitap bölümü), 2012, Pazarlama Etiği, Etik kitabı, Zeus Kitabevi; Eylül, ISBN: 978-605-5348-09-0, İzmir, s.60-70.

Editing in Books Written and Published in Turkey

1. Canan Ay; Tülin Ural (editörler), 2011, Pazarlama İlkeleri, Lisans Yayın. 1. Basım, Eylül, ISBN: 978-605-4350-50-6, İstanbul.

7.5. Articles published in peer reviewed national journals

1. Ural, Tülin; 2008, “Çok Uluslu İşletmelerin Tutundurma Faaliyetleri ve Kitle İletişim Araçlarının Küresel Tüketici Kültürü Üzerine Etkisi”, Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 26, Sayı 2, s.257-274.
2. Ural, Tülin; 2008, “Değer Temelli Fiyatlandırma: Ürünün Tüketici Değer Algısına Göre Fiyatlanması”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 8, Sayı 2, Aralık, s.1-16.
3. Ural, Tülin; 2008, “Pazarlamada Yeni Yaklaşım: Nöropazarlama Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 17, Sayı 2, s.421–432.
4. Ural, Tülin ve A.Küçükaslan; 2008, “Yeni Tip İşletmeler: Global Doğan İşletmelerin Oluşum Nedenleri ve Özellikleri”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi, Cilt 8, Sayı 29, Ocak, s.23-32.
5. Ural, Tülin ve E. V. Korkmaz; 2007, “İnternetle Bankacılıkta Tüketici Güveninin Kullanıma Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Antakya Örneği”, Marmara Üniversitesi Sosyal

Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi, Cilt 7, Sayı 28, Haziran, s.135-150.

6. Küçükaslan, Aslı ve Ural, Tülin; 2006, " Markanın Gelişim Modeli: Bölgesel Markadan Ulusal ve Uluslararası Markaya Geçiş Aşamaları", Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt XXI, Sayı 1, İstanbul, s.343–357.

7. Ural, Tülin; 2005, "Segmenting Youth Market Based On Beliefs Related To High Technology: A Study From Turkey", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 14, Sayı 2, s.417–432.

8. M. Özbirecikli ve Ural, Tülin; 2007, "Muhasebecilerin Mesleki Kararlarında Etik ve Sosyal Sorumluluğun Önemi Algılama Düzeyleri ve Etiksel Karar Alma Süreci: Türkiye Örneği", İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, Yıl 22, Sayı 254, Mayıs, s.104–127.

9. Ural, Tülin ve M. Özbirecikli; 2006, "Is Ethical Judgement Influenced by Social Desirability in Responding? An Analyse on Turkish Accountants", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 15, Sayı 1, s.393–410.

10. M. Özbirecikli ve Ural, Tülin; 2006, " Muhasebe Mesleğinde Yaşanan Etikdışı Davranışların Tespiti ve Etiksel Değerlemesi: Türkiye Örneği", İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, Yıl 21, Sayı 248, Kasım, s.102–119.

11.Ural, Tülin ve B. Balıkçioğlu; 2005, "Gençlerin İleri Teknolojiye Dayalı Ürün ve Hizmetleri Kullanmalarında Etkin Faktörler", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi, Yıl:12, Cilt:6, Sayı:24, Haziran, s.125–136.

11. Ural, Tülin ve M. Özbirecikli; 2004, "Muhasebe Mesleği Mensuplarının Etiksel Davranışlarına Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma" Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi (MÖDAV), Cilt:6, Sayı:2, Haziran, s.45–72.

12. Ural, Tülin, B. Balıkçioğlu ve C. Yükselen; 2002, "Pazar Yönlülük, Pazarlama Yönlülük ve İşletme Performansı İlişkisi, Bilgi ve İletişim Sektöründe Bir Araştırma" , Pazarlama Dünyası, Yıl:16, Sayı: 2002–01, Ocak-Şubat, s.32–37.

13. Ural, Tülin; 2001, "Pazarlama Yöneticilerinin Etiksel Yargılamaları ve Davranışsal Niyetlerini Açıklayan Değerleme Dinamikleri Üzerine Bir Araştırma" Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt 2, Sayı 2, s.75–100.

14. Ural, Tülin; 2001, "Pazarlama Yöneticilerinin Mesleki Değerlerinin Etiksel Algılama Üzerindeki Oransal Etkileri" Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt 2, Sayı 2, s.35–59.

15. Ural,Tülin; 1997, "İhracatçı ve İhracatçı Olmayan İşletmeler Arasındaki Ayırıcı Değişkenler ve Adana İli Dokuma Sanayii Üretici İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma", Pazarlama Dünyası, Yıl:11, Sayı 62, Mart-Nisan, s.31-38.

16. Ural, Tülin; 1996, "İşletmelerin Dış Pazarlama Performansı ile Dış Pazarlama Değişkenleri Arasındaki İlişki ve Adana İli Dokuma Sanayii Üretici İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma", Pazarlama Dünyası, Yıl:10, Sayı:58, Temmuz-Ağustos, s.27–36.

7.6 Papers delivered at national conferences and printed as proceedings

1. Ural, Tülin; 2008, "Küreselleşme Sürecinde, Fırsatlar ve Sorunlar Temelinde E-Perakendeciliğe Uyum Modeli", Çağ Üniversitesi İİBF, Küreselleşme Sürecinde Türkiye: Fırsatlar ve Sorunlar Sempozyum'u Kitabı, 12-14 Kasım, Mersin, s. 255-266.

2. Ural, Tülin; 2007, "Deneye Dayalı Pazarlama Çalışmalarının Bulgularını Sentezleme Tekniği: Meta-Analiz", Sakarya Üniversitesi, 12. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı, Ekim, Sakarya, s.379-397.

3. Ural, Tülin ve B.Balıkçioğlu; 2004, "Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma ile Şirket Sahibinin Kültürel Değerleri Arasındaki İlişki: Antakya ve Kayseri Örneği", T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi 1. Aile İşletmeleri Kongresi, İstanbul, 17-18 Nisan, s.534-546.

4. Ural, Tülin (2018), Tüketim değerlerinin gösterişçi tüketim eğilimi üzerindeki etkileri: Hatay Örneği, 23.Pazarlama Kongresi Kocaeli Üniversitesi, 27, Haziran, 520-531.

7.7. Other Publications

7.8. Citations

8. Projects

1. Küçülme Stratejileri ve Türkiye'nin İlk 500 Büyük İşletmesinde Krizle Gelen Küçülme Stratejileri Üzerine Bir Araştırma, BAP Projesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Proje Yöneticisi, 2003.
2. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde İşletme Sahibinin Deneyiminin Performans Üzerine Etkileri ve Bir Araştırma, BAP Projesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Proje Yöneticisi, 2003.
3. İhracatçı ve İthalatçı Arasındaki İlişki Kalitesinin Performans Üzerine Etkisi: Kültürler arası Bir Karşılaştırma, TÜBİTAK Projesi, SOBAG-106K108, Proje Yöneticisi, 2007.
4. Muhasebecilerin Mesleki Kararlarında Etik ve Sosyal Sorumluluğun Önemi Algılama Düzeyleri ve Etiksel Karar Alma Süreci: Türkiye Örneği, TÜBİTAK Projesi, SOBAG-104K012, Araştırmacı, 2006.
5. Hatay Kültürel Değerlerinin Tanıtımı, Geliştirilmesi ve Markalaştırılması Bağlamında İstihdam ve Girişimcilik Projesi, AB Hibe Projesi (Ortaklar: Antakya Ticaret Borsası, Antakya Ticaret ve Sanayi Odası, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi), Söz.no: TR-0602.03-02/539, Eğitimci, 2009.
6. Yöresel Mutfak Sanatları Merkezi, Kadın İstihdamı Destekleme Projesi, AB Hibe Projesi (Ortaklar: Antakya Ticaret ve Sanayi Odası, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İşkur), Ref no: CFCU/2007/TTRO5PO001/PWE, Eğitimci, 2010.
7. Tüketim Değerlerinin gösterişçi tüketim eğilimi ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi, BAP Projesi, Proje No: 18YL.016, Proje Yürütücüsü, 2018.

9. Administrative Experience

Yeditepe Üniversitesi İİBF İşletme Böl. Doktora Koordinatörü	2021-Devam
Yeditepe Üniversitesi Fakülte Kurulu Üyesi	2020-Devam
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Etik Kurul Üyesi	2018-2020
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Kalite Kurulu Üyesi	2018-2020
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İİBF Fakülte Kurulu Üyesi	2018 –2020
Meslek Yüksek Okulları Yeniden Yapılandırma Komisyonu Üyesi	2013 – 2015
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Etik Kurul Başkanı	2013 – 2015
Kamu İç Kontrol Kurulu Üyesi	2013 – 2015
Mustafa Yazıcı Devlet Konservatuvarı Müdürü	2012 – 2015
SOBAG (TÜBİTAK) kapsamındaki projelerde Panelist	2011 – Devam
Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı Başkanı	2009 – 2020
Yönetim Kurulu Üyeliği: Yayladağ Meslek Yüksek Okulu	2005 – 2008
Bölüm Başkan Yrd.: Hatay Mustafa Kemal Ün., İşletme Bölümü	2003 – 2004 ; 2009 – 2011

10. Scientific and Professional Memberships and Work Outside University

Amerikan Pazarlama Derneği

11. Awards

-Certificate:

1.University of London, Get Interactive: Practical Teaching with Technology, Online, Sertifika, 20.07.2021 20.08.2021 (Uluslararası)

2.University of Illinois, e-Learning Ecologies: Innovative Approaches to Teaching and Learning for the Digital Age, Online, Sertifika, 04.07.2021 -04.08.2021 (Uluslararası)

-Awards:

1. UFUK AVRUPA HORIZON PROG.-TÜBİTAK Uluslararası Seyahat Desteđi-Brüksel 2023.

2. TÜBİTAK Uluslararası Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü 2012,

MKÜ Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü 2012,

Ural, Tülin; 2012, "System View on Analysis of Firm Performance Effects of Green Marketing Practices", Actual Problems of Economies,12(138), Aralık, s.506-517 (SSCI Alan İndeksi) adlı eser ile alınmıştır.

3. TÜBİTAK Uluslararası Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü 2012,

MKÜ Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü 2012,

Ural, Tülin ve S.K. Acaravcı; 2012, "The Role of Innovation Capability and Appropriability Regime in Internationalization: Empirical Evidence from Turkish Firms", Actual Problems of Economies, 2(128), Şubat, s.439-449. (SSCI Alan İndeksi) adlı eser ile alınmıştır.

4. TÜBİTAK Uluslararası Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü 2010,

Ural, Tülin; 2010, "Adolescents' Skepticism Toward Advertising: A Study In Turkish Culture"(Ergenlerin Reklamlara Duyduğu Güvensizlik:Türk Kültüründe bir Çalışma) İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, Cilt 25 Sayı 297, Aralık, s.57-95. (SSCI) adlı eser ile alınmıştır.

5. TÜBİTAK-BİDEB Yurtdışı Doktora Sonrası Araştırma Bursu, Michigan State University, Marketing and Supply Chain Management Department, East Lansing, USA, 2006.

6. TÜBA Uluslararası Bilimsel Yayınları Teşvik Ödülü 2006,

Ural, Tülin ve S.K. Acaravcı; 2006, "The Effects of Firm's Strategic Factors on Export and Firm Performance: A Comparison of Permanent and Sporadic Exporters", Problems and Perspectives in Management-International Research Journal, Cilt 4, Sayı 4, s. 42–62. (Econlit alan indeksi) adlı eser ile alınmıştır.

7. TÜBİTAK-BAYG Yurtdışı Bilimsel Toplantılara Katılma Desteđi, Kırgızistan, 2005.

Ural, Tülin ve S.K. Acaravcı; 2005, "The Determinants of Profitability: An Application On Manufacturing Sector In Turkey", International Conference on: Problems and Success Factors in Business: Perspectives From Emerging Markets and Transition Economies II, 10th November, Bishkek, Kyrgyzstan, s.65–75. adlı eser ile alınmıştır.

12. Undergraduate and Graduate Courses given in the last two academic years

Academic Year	Semester	Course Name	Hours/Week		Student Number
			Theoretical	Practical	
2022-2023	Fall	Undergraduate			
		Marketing Principles (1. şube)	3		50

		Marketing Principles (2. şube)	3		50
		Graduate (with Thesis)			
		Quantitative Research Techniques	3		11
		Graduation Thesis	3		2
		Graduate (Nonthesis)			
		Graduation Project	3		1
		Research Methodology and Ethics	3		4
		PhD			
		Advanced Quantitative Research Techniques	3		4
		Graduation Thesis	3		8
	Spring	Undergraduate	3		
		Marketing Management (1. şube)	3		50
		Marketing Management (2. şube)	3		50
		Graduate (with Thesis)			
		Quantitative Research Techniques	3		10
		Graduation Thesis	3		1
		Graduate (Nonthesis)			
		Research Methodology and Ethics	3		4
		Graduation Project			2
		PhD			
		Advanced Quantitative Research Techniques	3		6
		Graduation Thesis	3		8
2020-2021	Fall	Undergraduate			
		Marketing Principles (1. şube)	3		50

		Marketing Principles (2. şube)	3		50
		Personal Brand Management Skills	3		10
		Graduate (with Thesis)			
		Quantitative Research Techniques	3		11
		Graduation Thesis	3		2
		Graduate (Nonthesis)			
		Graduation Project	3		1
		Research Methodology and Ethics	3		4
		PhD			
		Advanced Quantitative Research Techniques	3		4
		Graduation Thesis	3		8
	Spring	Undergraduate	3		
		Marketing Management (1. şube)	3		50
		Marketing Management (2. şube)	3		50
		Graduate (with Thesis)			
		Quantitative Research Techniques	3		10
		Graduation Thesis	3		1
		Graduate (Nonthesis)			
		Research Methodology and Ethics	3		4
		Graduation Project			2
		PhD			
		Advanced Quantitative Research Techniques	3		6
		Graduation Thesis	3		8

