

Prof. Dr. MURAT TOKSARI

Kişisel Bilgiler

E-posta: mtoksari@cumhuriyet.edu.tr

Web: <https://avesis.cumhuriyet.edu.tr/mtoksari>

Eğitim Bilgileri

Doktora, Türkiye 2005 - 2010

Yüksek Lisans, Türkiye 2002 - 2004

Lisans, Gazi Üniversitesi, Türkiye 1995 - 2000

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi, Reklamcılık ve Tanıtım, Medya ve İletişim Sistemleri

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 2023 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 2020 - 2023

Doç. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2018 - 2019

Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2010 - 2018

Araştırma Görevlisi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2002 - 2010

Akademik İdari Deneyim

Senato Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, 2022 - Devam Ediyor

Dekan Yardımcısı, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 2021 - Devam Ediyor

Fakülte Kurulu Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 2021 - Devam Ediyor

Bölüm Başkanı, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 2021 - Devam Ediyor

Fakülte Yönetim Kurulu Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 2021 - Devam Ediyor

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 2021 - Devam Ediyor

Bölüm Başkan Yardımcısı, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2011 - 2012

verdiği Dersler

Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2019 - 2020
Medya Yönetimi ve Planlaması, Yüksek Lisans, 2019 - 2020
KÜRESEL PAZARLAMA YÖNETİMİ, Doktora, 2019 - 2020
Değer Temelli Pazarlama, Yüksek Lisans, 2018 - 2019
Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2018 - 2019
Marka Yönetimi, Lisans, 2018 - 2019
Tüketici Davranışları, Lisans, 2019 - 2020
Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2019 - 2020
Tüketici Temelli Marka Değeri, Doktora, 2018 - 2019
Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2018 - 2019

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Ant Colony Optimization based on multi-searching to estimate the natural gas demand: Case of Turkey**
TOKSARI M. D., Toksari M.
ENERGY EXPLORATION & EXPLOITATION, cilt.30, sa.2, ss.223-238, 2012 (SCI-Expanded)
- II. **Predicting the Natural Gas Demand Based on Economic Indicators: Case of Turkey**
Toksari M.
ENERGY SOURCES PART A-RECOVERY UTILIZATION AND ENVIRONMENTAL EFFECTS, cilt.32, sa.6, ss.559-566, 2010 (SCI-Expanded)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Dijital Emeğin ve Sosyal Medyanın Tüketiciler Üzerindeki Etkisi**
TOKGÖZ Ç., TOKSARI M.
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.12, sa.3, ss.1100-1117, 2024 (Hakemli Dergi)
- II. **INSTAGRAMDAKİ SOSYAL MEDYA FENOMENLERİNİN TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA DAVRANIŞLARINA ETKİSİ**
TOKSARI M., MÜRÜTSOY M.
SOSYAL BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ, cilt.2, sa.8, ss.586-603, 2019 (Hakemli Dergi)
- III. **Inbound Pazarlama Uygulamaları İle Pazarlama Performansı Arasındaki İlişkinin Ortaya Çıkarılmasına Yönelik Bir Araştırma**
TOKSARI M., MÜRÜTSOY M.
İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ, cilt.6, sa.2, ss.921-939, 2017 (Hakemli Dergi)
- IV. **Sanal Mağazacılıkta E-Hizmet Kalitesinin E-Sadakate Etkisi**
AKIN M., TOKSARI M.
İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, cilt.5, sa.1, ss.48-59, 2017 (Hakemli Dergi)
- V. **Pazarlama Teorisine İlişkin Tartışmalara ve Farklı Bakış Açıklarına Yönelik Teorik Bir İnceleme**
mürütsoy m., TOKSARI M.
Turkish Journal of Marketing, cilt.1, sa.2, ss.131-144, 2017 (Hakemli Dergi)
- VI. **Türk Vergi Dairelerinde Toplam Kalite Yönetimi Uygulaması**
BUYRUKOĞLU S., TOKSARI M.
Yaklaşım Dergisi, cilt.24, sa.285, ss.431-442, 2016 (Hakemli Dergi)
- VII. **Seçmen Nezdinde AK Partinin Marka Değeri**
TOKSARI M., DAĞCI A.
Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.8, sa.1, ss.147-186, 2016 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Menşe Ülke Etkisinin Satın alma Kararı Üzerine Etkisi**
TOKSARI M., SENİR G.

Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.8, sa.40, ss.793-805, 2015 (Hakemli Dergi)

- IX. **Tüketici Entrosentiziminin Tüketicilerin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Rolü**
TOKSARI M., SENİR G.
Sakarya Journal Of Economics, cilt.4, sa.3, ss.19-29, 2015 (Hakemli Dergi)
- X. **Nostalgik İçerikli Reklam Mesajlarının Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarını Etkileme Düzeyi**
TOKSARI M., SENİR G., MÜRÜTSOY M.
Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.19, sa.3, ss.197-216, 2015 (Hakemli Dergi)
- XI. **Bir Şehrin Markalaşması ve Pazarlanması Süreci Konya İlinde Bir Uygulama**
TOKSARI M., İSEN İ., DAĞCI A.
Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.7, sa.1, ss.328-343, 2014 (Hakemli Dergi)
- XII. **Tüketici Algılarını Etkileyen Faktörlerde Sosyal Medyanın Rolü Niğde Üniversitesi İİBF Örneği**
TOKSARI M., MEHMET M., MUHAMMED B.
Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.7, sa.4, ss.1-27, 2014 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Seçmen Nezdinde Siyasal Partilerin Marka Değeri Kırıkkale Örneği**
TOKSARI M., DAĞCI A.
International Journal of Social Science, cilt.6, sa.3, ss.1355-1388, 2013 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Bulanık Analitik Hiyerarşi Prosesi Yaklaşımı Kullanılarak Tüketici Temelli Marka Değerinin Ölçümü**
TOKSARI M., İNAL M. E.
International Journal of Social Science, cilt.6, sa.1, ss.1423-1457, 2013 (Hakemli Dergi)
- XV. **İçsel Pazarlama Bağlamında İç Müşterinin Pesonel Çalıştığı İş Yerinden Tatmin Olma Düzeyi İle Demografik Özellikleri Arasındaki Farklılıkların Tespitine Yönelik Ampirik Bir Çalışma**
TOKSARI M.
Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.32, sa.1, ss.155-183, 2012 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Tüketici Temelli Marka Değerinin Ölçümü Kayseride Otomobil Kullanıcıları Üzerinde Bir Uygulama**
TOKSARI M., İNAL M. E.
Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.69-97, 2011 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Bulanık Analitik Hiyerarşi Prosesi Yaklaşımı Kullanılarak Hedef Pazarın Belirlenmesi**
TOKSARI M., TOKSARI M. D.
ODTÜ Gelişme Dergisi, cilt.38, sa.1, ss.51-70, 2011 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Niğde İlindeki Tüketicilerin Sosyo Demografik Özellikleri İle Organik Gıdalara İlişkin Tutum ve Bireysel Değerleri Arasındaki Farklılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma**
İNAL M. E., AKIN M., ÇİÇEK R., TOKSARI M.
Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.12, sa.1, ss.29-56, 2010 (Hakemli Dergi)
- XIX. **Çevresel Duyarlılık ve Yenilikçilik Üzerine Bir Araştırma**
BÜYÜKKEKLİK A., TOKSARI M., BÜLBÜL H.
Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.15, sa.3, ss.373-393, 2010 (Hakemli Dergi)
- XX. **Etiğe Uymayan İşletmelerin Çöküşü Enron Olayı**
TOKSARI M.
Mali Pusula Dergisi, cilt.5, sa.52, ss.62-68, 2009 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Ant Colony Optimization Approach for Estimating the Tourism Receipt and Expenditure The Case of Turkey**
Toksarı M. D., Toksarı M.
Tourism Analysis an Interdisciplinary Journal, cilt.14, sa.5, ss.651-663, 2009 (Hakemli Dergi)
- XXII. **Bir Yönetim Yaklaşımı Olarak İçsel Pazarlama**
İNAL M. E., TOKSARI M.
Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, cilt.11, sa.2, ss.361-391, 2008 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **Algılanan Hizmet Kalitesinin Tatmin ve Davranışsal Niyet Üzerine Etkisi Niğde İlindeki Süpermarketler Üzerine Bir Çalışma**
GÜRBÜZ E., BÜYÜKKEKLİK A., AVCILAR M. Y., TOKSARI M.
Ege Akademik Bakış İktisadi, İdari ve Siyasal Bilgiler Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.785-812, 2008 (Hakemli Dergi)
- XXIV. **Analitik Hiyerarşi Prosesi Yaklaşımı Kullanılarak Mobilya Sektörü İçin Ege Bölgesinde Hedef Pazarın**

Belirlenmesi

TOKSARI M.

Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, cilt.14, sa.1, ss.171-181, 2007 (Hakemli Dergi)

XXV. Mobilyacılık Sektöründe Karşılaşılan Pazarlama Sorunları Ve Bu Sorunlara Çözüm Üretmeye Yönelik Bir Araştırma Kayseri Örneği

İNAL M. E., TOKSARI M.

Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.2, sa.4, ss.105-121, 2006 (Hakemli Dergi)

Kitaplar

I. İKLİM İLETİŞİMİ

TAMER GENCER Z., RENÇBER H., AYDINLIOĞLU Ö., YAZICI B., ARSLAN Ş., AKSU S., KARADENİZ Ö., ARKLAN Ü., TOKSARI M., GÖKÇEGÖZ S., et al.

EĞİTİM YAYINEVİ, Konya, 2023

II. Yerel Yönetimlerin Şehir Pazarlama Politikaları

TOKSARI M.

Yerel Yönetimlerde Yerel Kamu Politikası Yaklaşımları, MEHMET ÖZEL, Editör, Çizgi Yayın Evi, Konya, ss.265-287, 2015

III. Neuromarketing Kavramı ve Odak Grup Görüşmesi

TOKSARI M.

Çağdaş Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar, Murat AKIN, MURAT TOKSARI, Editör, Paradigma, İstanbul, ss.17-31, 2015

IV. Determination of Environmental Activities and Perspectives of Plants: A Field Research in Kayseri

BÜYÜKKEKLİK A., TOKSARI M., BEKİŞ T.

Plants Pollutants and Remedition, Öztürk, M., Ashraf, M., Aksoy, A., Ahmad, M.S.A., Hakeem, K.R, Editör, SPRINGER, ss.361-371, 2015

V. Tüketici temelli marka değeri

TOKSARI M., İNAL M. E.

ideal yayıncılık, İstanbul, 2012

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. İŞLETMELERİN HEDEF TÜKETİCİ KİTLESİNE ULAŞMASINDA SOSYAL MEDYANIN ETKİSİNE YÖNELİK NİĞDE İLİNDE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

TOKSARI M.

FISCAOECONOMIA INTERNATIONAL CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES, Ankara, Türkiye, 25 - 26 Nisan 2019, ss.196-203

II. Instagram Üzerinden Marka Talep Eden Y Kuşağının Satın Alma Davranışlarının İncelenmesine Yönelik Keşifsel Bir Çalışma

TOKSARI M., ORMANKIRAN G. A.

FISCOECONOMIA INTERNATIONAL CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES (FSCONGRESS), Ankara, Türkiye, 25 - 26 Nisan 2019, ss.185-195

III. GENÇLERİN FAST FOOD TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİNE İLİŞKİN BİR ÇALIŞMA

TOKSARI M., ATLI H. F.

ULUSLARARASI İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER KONGRESİ (JAVS CONGRESS), Şırnak, Türkiye, 2 - 04 Mayıs 2019, ss.285-294

IV. SANAL MAĞAZA ATMOSFERİNİN ONLINE GÜVEN ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

ERCAN E., AKIN M., TOKSARI M.

V HUMAN CIVILIZATION CONGRESS FROM PAST TO FUTURE (INES), ALANYA, Türkiye, 17 - 21 Nisan 2019, ss.213-

- V. **GİYİM MODASI VE GENÇLERİN HAZIR GİYİM TERCİHLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE İLİŞKİN BİR ÇALIŞMA**
TOKSARI M., ATLI H. F.
18.ULUSLARASI İŞLETMECİLİK KONGRESİ, Osmaniye, Türkiye, 2 - 05 Mayıs 2019, ss.2184-2191
- VI. **Küresel Rekabet Dünyasında Pazarlama 4.0'ın ve Gerçek Zamanlı Pazarlamanın (Real Time Marketing) İşletmelere Katmış Olduğu Değer**
TOKSARI M.
5rd International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS), Niğde, Türkiye, 26 - 28 Ekim 2018, ss.341-355
- VII. **Marka savaşlarının Yaşandığı Küresel Dünyada Kültürlerarası Tuzak Pazarlama Uygulamaları**
TOKSARI M., PARLAK D.
5rd International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS), Niğde, Türkiye, 26 - 28 Ekim 2018, ss.88-101
- VIII. **Atıl Zamanlarını Sosyalleşme Üzerine Değerlendirmek İsteyen Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Kafeterya Tercihlerini ve Algularını Etkileyen Faktörler Üzerine Ampirik Bir Araştırma**
İRİ R., TOKSARI M.
3. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Kahramanmaraş, Türkiye, 26 - 28 Ekim 2017
- IX. **Yerel Değerler Turizmi ve Markalaşma Üzerine: Niğde Yöresinde Bir Araştırma**
İRİ R., TOKSARI M.
International Congress on Cultural Heritage and Tourism (Iccht), Konya, Türkiye, 19 - 21 Mayıs 2017, ss.124-136
- X. **Siyasal Pazarlama Kapsamında 30 Mart 2014 Yerel Seçimlerine Katılan Muhtar Adaylarının Pazarlama Faaliyetlerine ve Tutundurma Çabalarına Yönelik Bir Araştırma: Niğde İli Örneği**
İRİ R., TOKSARI M.
Asoscongress, Alanya, Türkiye, 18 - 20 Mayıs 2017, ss.2335-2350
- XI. **Şehirlerin Pazarlanması ve Markalaşması Sürecine Etki Eden Faktörler: Bakü Örneği**
TOKSARI M., mürütsoy m.
4. Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Sempozyumu, Niğde, Türkiye, 26 Nisan 2017 - 28 Ocak 2018, ss.607-614
- XII. **GSM Sektöründe Müşteri Sadakatini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Ömer Halisdemir Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama**
TOKSARI M.
ULUSLARARASI KONGRE, Uşak, Türkiye, 22 - 23 Eylül 2016, ss.859-867
- XIII. **Bankacılık Sektöründe Marka Değeri İle Tüketicilerin Kredi Kartı Tercihleri Arasındaki Farklılıkların Belirlenmesi Niğde Örneği**
TOKSARI M., ATLI A. Z.
ULUSAL BİLDİRİ, İstanbul, Türkiye, 26 - 28 Mayıs 2016
- XIV. **A Cross Sectional Analysis of Environmental Sustainability Practices**
TOKSARI M., UÇAN O.
International Symposium on Sustainable Development, 22 - 24 Mayıs 2012
- XV. **Determination of Environmental Activities and Perspectives of Plants A Field Research in Kayseri**
BÜYÜKKEKLİK A., TOKSARI M., BEKİŞ T.
International Conference On Plants And Environmental Pollution (Icpep-2009), 6 - 11 Temmuz 2009
- XVI. **Tüketicilerin Organik Gıdalara İlişkin İnançları Demografik Özellikleri ve Bireysel Değerleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma**
İNAL M. E., AKIN M., ÇİÇEK R., TOKSARI M.
13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 30 Ekim - 01 Kasım 2008
- XVII. **Küreselleşme Sürecinde Çevresel İnovasyon**
BÜYÜKKEKLİK A., TOKSARI M.
Hitit Üniversitesi VII. Anadolu işletmecilik Kongresi, Türkiye, 8 Mayıs - 10 Nisan 2008
- XVIII. **Küreselleşme Sürecinde Turizm Çeşitlendirmesinde Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm**

TOKSARI M., can s.

Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmecilik ve Otelcilik Yüksekokulu III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, Türkiye, 17 - 19 Nisan 2008

Diğer Yayınlar

- I. **İşletmelerin Rekabet Avantajı Kazanmasında İnovasyon'un Etkin Rolü**
Toksarı M.
Diğer, ss.47-49, 2016
- II. **Kurumsal Marka Değeri**
Toksarı M.
Diğer, ss.14-19, 2007
- III. **İşletme Hedefleri ve Pazarlama Stratejilerinin Anahtar Rolü**
Toksarı M.
Diğer, ss.1-5, 2005

Bilimsel Hakemlikler

ENERGY SOURCES PART A-RECOVERY UTILIZATION AND ENVIRONMENTAL EFFECTS, SCI Kapsamındaki Dergi, Mart 2012

Metrikler

Yayın: 53

Atf (WoS): 14

Atf (Scopus): 28

H-İndeks (WoS): 2

H-İndeks (Scopus): 2

Ödüller

Toksarı M., Başarı Teşvik Ödülü, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Rektörlüğü, Mayıs 2013

Toksarı M., Uluslararası Yayın Teşvik Ödülü, Tübitak, Nisan 2012

Toksarı M., Başarı Teşvik Ödülü, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Rektörlüğü, Mayıs 2011

Toksarı M., Uluslararası Yayın Teşvik Ödülü, Tübitak, Mayıs 2010

Akademi Dışı Deneyim

Niğde Üniversitesi, Akademisyen (Yrd. Doç. Dr.)