

# FUNDA GÜN

## PROFESÖR

E-Posta Adresi : fsgun@dogus.edu.tr  
Telefon (İş) : -  
Telefon (Cep) : -  
Adres :

### Akademik Görevler

PROFESÖR 2012	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI PR. (ÜCRETLİ)
PROFESÖR 2016- 2012	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI)
DOÇENT 2005- 2006	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI)
DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ 1996-2000	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI)
ARAŞTIRMA GÖREVLİSİ 1992-1996	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI)
ARAŞTIRMA GÖREVLİSİ 1988-1992	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİM DALI)

### Yönetilen Tezler

Yüksek Lisans  
2012

1. ASLAN İLKER, (2012). Postmodern süreçte üreten tüketici kavramı, reklam ve tanıtım sürecine tüketicinin etkileşimli olarak dahil edilmesi, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı 2011
2. ÜNSAL MUSTAFA MURAT, (2011). Tüketici toplumsallaşması ve reklamın rolü, Marmara Üniversitesi>Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı  
2010
3. ZENGİ YUSUF ZİYA, (2010). İnteraktif reklamlarda tasarım esasları, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı
4. CEYLAN SELÇUK, (2010). Bütünleşik pazarlama iletişiminde ürün yerleştirme ve sinemada kullanımı, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı 2009
5. KİREÇCİ AYŞE NİL, (2009). Estetik ürünler ve görsel retorik kuramları açısından dergi reklamlarının değerlendirilmesi, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı  
2006

6. GÜNEY ZEYNEP, (2006). Etkileşimli reklam planlama ve yaratım süreci, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı  
2005
7. PEKÜN BURAK, (2005). Türkiye'de reklam müziğinin folklorik anlamda temsiliyeti, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı  
2004
8. AKYÜZ TOLGA, (2004). Sosyal reklamlar ve benetton örneği, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı  
2002
9. HATEM ZEKAT, (2002). 5 yıldızlı otel işletmelerinin dağıtım kanallarındaki araçlara yönelik satış teşviki çabaları ve kullandıkları elektronik reklam ortamlarının saptanması, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Diğer
10. DİDARİ ASU, (2002). Sektörel dergi reklamcılığı: Tekstil işletmelerinin 2000 yılında yaptıkları dergi reklamlarının hedef kitle uyumunun saptanması, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü>Diğer 1999
11. DUMLU BARIŞ BELMİN, (1999). Seçkin bayan kozmetik ürünlerine ilişkin müşteri tercihlerinin belirlenmesi ve işletmelerin tutundurma fonksiyonunun tercih oluşturmada etkinliğinin saptanması, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı  
Doktora  
2021
12. ANIL DENİZ ASLI, (2021). MUTLULUK TEMALİ REKLAMLARIN TÜKETİCİNİN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ROLÜ, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı 2012
13. KARAMEHMET BİLGE, (2012). Reklamda görsel metafor kullanımı: Basın reklamı örneği, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı
14. ŞENOL IŞIL, (2012). Tüketim toplumu ve marka yönetimi: Kişi markası olarak Michael Jackson, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı  
2011
15. ÖZTÜRK RUKİYE GÜLAY, (2011). Turizm reklamlarında stratejik duygu kullanımı ve marka algısı: Almanya ve Avustralya üzerinde deneysel bir çalışma, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü>İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı  
2010
16. GÜNEY ZEYNEP, (2010). Çoklu medya ortamında üreten tüketici reklamcılığı, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı
17. KAMİLOĞLU FATMA, (2010). Kentsel markalaşma sürecinde reklamın rolü: 2010 İstanbul Kültür Başkenti Projesinin değerlendirilmesi, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı 2003
18. TÜZEL KIVANÇ NAZLIM, (2003). Tüketicilere yönelik satış teşvikleri ve dış macunu üreticilerinin uyguladıkları satış teşviklerinin satın alma davranışlarına olan etkisi üzerine bir araştırma, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Diğer  
2001
19. ULUSU YEŞİM, (2001). Yeni ekonomi'de elektronik ticaret ve internet reklamları, Marmara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı

### Projelerde Yaptığı Görevler:

1. Tepe Tepe İstanbul, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi,  
Yönetici:ÇÖTELİ SAMİ,Araştırmacı:MANAV AHMET HALUK,Yürütücü:BÜLBÜL MUSTAFA,Yürütücü:GÜN FUNDA, , 14/04/2016 - 15/06/2018 (ULUSAL)  
İletişim Modeli Bağlamında İnsan- Mekan İlişkisi ve Semiyolojik Bir Değerlendirme: DOÜ Ataşehir Dudullu Kampüsü, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi,

2. Araştırmacı:ALİOSMAN NURA,Araştırmacı:TURAN İDİL,Yürütücü:GÜN FUNDA,Araştırmacı:PALTUN DİLEK,Araştırmacı:DİKBİYİK NERMİN AYŞEGÜL,Araştırmacı:ADALI HASAN MURAD,Araştırmacı:YILMAZ MELİKE,Araştırmacı:DOĞAN GAYEM,Proje Hakemliği:KURTOĞLU PINAR EZGİ, , 17/08/2020 (Devam Ediyor) (ULUSAL)
- Nasıl Yapıyoruz, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi,
3. Yürütücü:ÇÖTELİ SAMİ,Proje Koordinatörü:BÜLBÜL MUSTAFA,Danışman:ÖZEL AYŞE,Proje Koordinatörü:MANAV AHMET HALUK,Yürütücü:GÜN FUNDA, , 10/07/2018 (Devam Ediyor) (ULUSAL) İç Mekan Düzenlenmesinin Algısal Anlamı ve Kurum Kimliği İlişkisi, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, Danışman:KURTOĞLU AHMET,Yardımcı
4. Personel:TURAN İDİL,Yürütücü:GÜN FUNDA,Yardımcı Personel:ALİOSMAN NURA, , 24/05/2018 (Devam Ediyor) (ULUSAL)

## İdari Görevler

Bölüm Başkanı 2012	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI PR. (TAM BURLU)
Fakülte Kurulu Üyeliği 2012	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ
Yönetim Kurulu Üyeliği 2014-2017	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ
Program Başkanı 2000-2011	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI
Program Başkanı 2000-2011	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM (DR)
Anabilim Dalı Başkanı 2000-2011	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI
Yönetim Kurulu Üyeliği 2007-2010	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ
Engelli Birim Sorumlusu 2006-2007	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ
Yönetim Kurulu Üyeliği 2004-2007	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ
Bölüm Başkan Yardımcısı 2004-2006	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ
Komisyon Üyeliği 1988-2005	MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ

Öğrenim Dili Ders Saati

2020-2021

Önlisans

REKLAM İLETİŞİMİ	Türkçe	2
Lisans		
ÜRÜN PAZARLAMASI	Türkçe	3
İLETİŞİM ETİĞİ	Türkçe	2
BİTİRME PROJESİ	Türkçe	4
PAZARLAMA İLETİŞİMİ VE REKLAMCILIK	Türkçe	2
REKLAM VE ALGI	Türkçe	3
Dersler *		
PROJE	Türkçe	4
GÖRSEL DİLİN ANLATIM ŞEKİLLERİ	Türkçe	3
2019-2020		
Lisans		
ÜRÜN PAZARLAMASI	Türkçe	3
İLETİŞİM ETİĞİ	Türkçe	2
REKLAM VE GÖRSEL ALGI	Türkçe	4
Görsel Dilin Anlatım Şekilleri	Türkçe	3
KİTLE İLETİŞİMİ VE İLETİŞİM TEORİLERİ	Türkçe	3
Pazarlama İletişimi ve Reklam	Türkçe	2
Reklam İletişimi	Türkçe	2
Sanatta Yeterlik		
Kültürlerarası Reklamcılıkta Yaratıcı Stratejiler	Türkçe	2
2018-2019		
Lisans		
Pazarlama İletişimi ve Reklam	Türkçe	2
REKLAM VE GÖRSEL ALGI	Türkçe	4
Reklam İletişimi	Türkçe	2
ÜRÜN PAZARLAMASI	Türkçe	3
İLETİŞİM ETİĞİ	Türkçe	2
REKLAM VE GÖRSEL ALGI	Türkçe	4
Görsel Dilin Anlatım Şekilleri	Türkçe	3
KİTLE İLETİŞİMİ VE İLETİŞİM TEORİLERİ	Türkçe	3

### C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

#### C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

1. Reklam Ustaları 2, Bölüm adı:(Ege Ernart: Türk Reklamcılığında Dil Devrimi) (2017)., GÜN FUNDA,TÜZEL URALTAŞ KIVANÇ NAZLIM, Detay Yayıncılık, Editör:Müge Elden, Murat Çelik, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 600, ISBN:9786052323243, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4118829)
2. Reklam Ustaları 2, Bölüm adı:(Hakkı Pınar Kılıç: Doğru Reklam İçin Tüketiciyi Dinle Tüketiciyi Anlamıyorsan Reklam Yapma) (2017)., GÜN FUNDA,TÜZEL URALTAŞ KIVANÇ NAZLIM, Detay

Yayıncılık, Editör:Müge Elden, Murat Çelik, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 600, ISBN:9786052323243, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4119532) Yeni Medya'da Demokrasi, Bölüm adı:(Tüketiciözgürlüğü@Sosyalmedyareklamlar.com) (2013).,

3.

GÜN FUNDA, Literatürk, Editör:And Algül, Neda Üçer, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 246, ISBN:978-605-337-005-5, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6490905)

---

2006-2006	Üye	T.C..Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2006 yılıTürkiyen'nin Tanıtımı Reklam Kampanyası Değerlendirme Ön Komite çalışmaları, (Kamu)
-----------	-----	---

---

2006-2007	Danışman	İstanbul Büyükşehir Belediyesi,Kentsel Tasarım Müdürlüğü, Kent Mobilyaları ve Reklam Uygulamaları, (Kamu)
-----------	----------	---

---

#### Üniversite Dışı Deneyim

---

2010-2010		T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı, Arama Konferansı Çalıştayı :: Ülke Markası Danışman Yönetimi ve Destinasyon Pazarlamasının İletişim Boyutunun Değerlendirilmesi, (Kamu)
2000-2000	Üye	T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2001 yılı Türkiye'nin Tanıtımı: Reklam Kampanyası Değerlendirme Ön Komite Üyeliği, (Kamu)