

**YARI ZAMANLI AKADEMİK PERSONEL  
BİLGİ FORMU**



Adı ve Soyadı:	Funda Savaş Gün
Akademik Unvanı:	Profesör
E-posta:	funda.savas.gun@yz.msgsu.edu.tr

Eğitim Bilgileri:			
Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	1884-1888
Y. Lisans	İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	1988-1996
Doktora/Sanatta Yeterlilik	İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	1996-2000

Akademik Unvanlar/Görevler/Deneyimler: (Daha fazlası için alta satır ekleyiniz.)			
Görev Unvanı	Tanımı	Görev Yeri	Yıl
Profesör	Pazarlama İletişimi ve Reklamcılık Bilgileri	MSGSU	2010-Halen
Profesör	Reklam İletişimi	MSGSU	2010-Halen
Profesör	Kültürlerarası Reklamcılıkta Yaratıcı Stratejiler (Sanatta Yeterlilik)	MSGSU	2010-Halen
Profesör	Görsel Dilin Anlatım Şekilleri	DÜ/MÜ	
Profesör	REKLAM VE GÖRSEL ALGI	DÜ/MÜ	
Profesör	İLETİŞİM ETİĞİ	DÜ/MÜ	
Profesör	ÜRÜN PAZARLAMASI	DÜ/MÜ	

MSGSU'de Verdiği Dersler (Daha önce ders verildiyse doldurulacak.) (Daha fazlası için alta satır ekleyiniz.)			
Akademik Yıl	Dönem	Ders Adı	Zorunlu/Seçmeli
2010-Halen	Güz	Reklam İletişimi	Seçmeli
	Bahar	Pazarlama İletişimi ve Reklamcılık Bilgileri	Seçmeli
		Kültürlerarası Reklamcılıkta Yaratıcı Stratejiler (Sanatta Yeterlilik)	Seçmeli

Akademik Unvanlar/Görevler/Deneyimler: (Daha fazlası için alta satır ekleyiniz.)			
Görev Unvanı	Tanımı	Görev Yeri	Yıl
ARAŞTIRMA GÖREVLİSİ	İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİM DALI	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	1988-1992

ARAŞTIRMA GÖREVLİSİ	İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM 1992-1996 BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI)	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	1992-1996
DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ	İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM 1996- 2000 BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI)	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	1996-2000
Komisyon Üyeliği	İLETİŞİM FAKÜLTESİ	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	
DOÇENT	2005- 2006 İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI)	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	2005-2006
Engelli Birim Sorumlusu	İLETİŞİM FAKÜLTESİ	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	2006-2007
Yönetim Kurulu Üyeliği	İLETİŞİM FAKÜLTESİ	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	2004-2010
Bölüm Başkan Yardımcısı	İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	2004-1006
Program Başkanı	İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	2000-2011
Program Başkanı	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM (DR)	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	2000-2011
Anabilim Dalı Başkanı	İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	2000-2011
PROFESÖR	2016- 2012 MARMARA ÜNİVERSİTESİ/İLETİŞİM FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ/REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI)	MARMARA ÜNİVERSİTESİ	2012-2016
PROFESÖR	2012 DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI PR. (ÜCRETLİ))	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ	2012-HALEN
Bölüm Başkanı	SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI PR. (TAM BURSLU)	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ	2012
Fakülte Kurulu Üyeliği	SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ/GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI PR. (TAM BURSLU)	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ	2012
Yönetim Kurulu Üyeliği	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ	2014-2017
PROFESÖR	GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ GRAFİK TASARIM BÖLÜMÜ (YZ)	MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ	2010-HALEN

<b>Diğer Kurumlarda Verdiği Dersler (Daha fazlası için alta satır ekleyiniz.)</b>			
<b>Akademik Yıl</b>	<b>Dönem</b>	<b>Ders Adı</b>	<b>Kurum Adı</b>
1988-2011	Güz / Bahar	(Bilgi gelecek)	MARMARA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
		(Bilgi gelecek)	MARMARA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
2014-Halen	Güz	(Bilgi gelecek)	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ
	Bahar	(Bilgi gelecek)	DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ

<b>Yabancı Dil</b>	<b>Seviyesi (Sınav Adı ile Birlikte Notu veya A1/A2/B1/B2/C1/C2 düzeyi) (Daha fazlası için alta satır ekleyiniz.)</b>
<b>İngilizce</b>	

<b>Alanında Yayın</b>
<p>1. Reklam Ustaları 2, Bölüm adı:(Ege Ernat: Türk Reklamcılığında Dil Devrimi) (2017)., GÜN 1. 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)</p>
<p>2. Reklam Ustaları 2, Bölüm adı:(Hakkı Pınar Kılıç: Doğru Reklam İçin Tüketiciyi Dinle Tüketiciyi 2. Anlamıyorsan Reklam Yapma) (2017)., GÜN FUNDA, TÜZEL URALTAŞ KIVANÇ NAZLIM, Detay REKLAM İLETİŞİMİ Lisans Türkçe 2 ÜRÜN PAZARLAMASI Türkçe 3 İLETİŞİM ETİĞİ Türkçe 2 BİTİRME PROJESİ Türkçe 4 PAZARLAMA İLETİŞİMİ VE REKLAMCILIK Türkçe 2 REKLAM VE ALGI Türkçe 3 5 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).,</p>
<p>3. GÜN FUNDA, Literatürk, Editör:And Algül, Neda Uçer, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 246, ISBN:978-605-337-005-5, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6490905)</p>
<p><b>Sanatsal Faaliyetler (Daha fazlası için alta satır ekleyiniz.)</b></p>
<p>1.T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı, Arama Konferansı Çalıştayı: Ülke Markası 2010-2010 Danışman Yönetimi ve Destinasyon Pazarlamasının İletişim Boyutunun Değerlendirilmesi, (Kamu)</p>
<p>2. T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2001 yılı Türkiye'nin Tanıtımı: Reklam Kampanyası Değerlendirme Ön Komite Üyeliği, (Kamu)</p>
<p><b>Bilimsel Araştırma Projeleri</b></p>
<p>1. Tepe Tepe İstanbul, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, 1. Yönetici: ÇÖTELİ SAMİ, Araştırmacı: MANAV AHMET HALUK, Yürütücü: BÜLBÜL MUSTAFA, Yürütücü: GÜN FUNDA, , 14/04/2016 - 15/06/2018 (ULUSAL)</p>
<p>2. İletişim Modeli Bağlamında İnsan- Mekan İlişkisi ve Semiyolojik Bir Değerlendirme: DOÜ Ataşehir Dudullu Kampüsü, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, 3 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 (ULUSAL)</p>
<p>3. Nasıl Yapıyoruz, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, Yürütücü: ÇÖTELİ SAMİ, Proje Koordinatörü: BÜLBÜL MUSTAFA, Danışman:</p>

<p>ÖZEL AYŞE, Proje Koordinatörü: MANAV AHMET HALUK, Yürütücü: GÜN FUNDA, , 10/07/2018 (ULUSAL)</p>
<p>4. 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: ALİ OSMAN NURA, , 24/05/2018 (ULUSAL)</p>
<p><b>Tez Danışmanlıkları</b></p>
<p><b>Yüksek Lisans</b></p>
<p>1. ASLAN İLKER, (2012). Post modern süreçte üreten tüketici kavramı, reklam ve tanıtım sürecine tüketicinin etkileşimli olarak dahil edilmesi, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı 2011</p>
<p>2. ÜNSAL MUSTAFA MURAT, (2011). Tüketici toplumsallaşması ve reklamın rolü, Marmara Üniversitesi&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı 2010</p>
<p>3. ZENGİ YUSUF ZİYA, (2010). İnteraktif reklamlarda tasarım esasları, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı</p>
<p>4. CEYLAN SELÇUK, (2010). Bütünleşik pazarlama iletişiminde ürün yerleştirme ve sinemada kullanımı, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı 2009</p>
<p>5. KİREÇCİ AYŞE NİL, (2009). Estetik ürünler ve görsel retorik kuramları açısından dergi reklamlarının değerlendirilmesi, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı 2006</p>
<p>6. GÜNEY ZEYNEP, (2006). Etkileşimli reklam planlama ve yaratım süreci, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı 2005</p>
<p>7. PEKÜN BURAK, (2005). Türkiye'de reklam müziğinin folklorik anlamda temsiliyeti, Marmara Üniversitesi&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı 2004</p>
<p>8. AKYÜZ TOLGA, (2004). Sosyal reklamlar ve Benetton örneği, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı 2002</p>
<p>9. HATEM ZEKÂT, (2002). 5 yıldızlı otel işletmelerinin dağıtım kanallarındaki araçlara yönelik satış teşviki çabaları ve kullandıkları elektronik reklam ortamlarının saptanması, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;Diğer</p>
<p>10. DİDARİ ASU, (2002). Sektörel dergi reklamcılığı: Tekstil işletmelerinin 2000 yılında yaptıkları dergi reklamlarının hedef kitle uyumunun saptanması, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü&gt;Diğer 1999</p>
<p>11. DUMLU BARIŞ BELMİN, (1999). Seçkin bayan kozmetik ürünlerine ilişkin müşteri tercihlerinin belirlenmesi ve işletmelerin tutundurma fonksiyonunun tercih oluşturmada etkinliğinin saptanması, Marmara Üniversitesi- &gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı</p>
<p><b>Doktora</b></p>
<p>12. ANIL DENİZ ASLI, (2021). MUTLULUK TEMALİ REKLAMLARIN TÜKETİCİNİN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ROLÜ, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı 2012</p>
<p>13. KARAMEHMET BİLGE, (2012). Reklamda görsel metafor kullanımı: Basın reklamı örneği, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı</p>
<p>14. ŞENOL IŞIL, (2012). Tüketim toplumu ve marka yönetimi: Kişi markası olarak Michael Jackson, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı</p>
<p>15. ÖZTÜRK RUKİYE GÜLAY, (2011). Turizm reklamlarında stratejik duygu kullanımı ve marka algısı: Almanya ve Avustralya üzerinde deneysel bir çalışma, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü&gt;İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı</p>
<p>16. GÜNEY ZEYNEP, (2010). Çoklu medya ortamında üreten tüketici reklamcılığı, Marmara Üniversitesi&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı</p>
<p>17. KAMİLOĞLU FATMA, (2010). Kentsel markalaşma sürecinde reklamın rolü: 2010 İstanbul Kültür Başkenti Projesinin değerlendirilmesi, Marmara Üniversitesi-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı 2003</p>
<p>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-&gt;Sosyal Bilimler Enstitüsü-&gt;Diğer</p>