

# Prof. AYŞE BAHAR CERİTOĞLU

## Personal Information

**Email:** bceritoglu@marmara.edu.tr

**Web:** <https://avesis.marmara.edu.tr/bceritoglu>

## Education Information

Doctorate, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, Turkey 1998 - 2004

Postgraduate, Marmara University, Institute of Social Sciences, Department of Business Administration (Ger), Turkey 1995 - 1997

Undergraduate, Istanbul University, Turkey 1984 - 1989

## Foreign Languages

German, C1 Advanced

## Dissertations

Doctorate, Genç tüketicilerde marka bilincinin oluşması ve marka sadakati kavramlarının incelenmesi ve konu ile ilgili bir uygulama, Marmara University, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2004

Postgraduate, Anwendung des 'franchising' bei den internationalen heim-werkermarkten in der Türkei, Marmara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1997

## Research Areas

Marketing

## Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration Lectured (German), 2012 - Continues

Assistant Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration Lectured (German), 2008 - 2012

Lecturer, Marmara University, Faculty of Business Administration, İşletme Bölümü (Almanca), 2004 - 2008

Research Assistant, Marmara University, Faculty of Business Administration, İşletme Bölümü (Almanca), 1994 - 2004

## Academic and Administrative Experience

Erasmus Coordinator, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration Lectured (German), 2013 - Continues

Head of Department, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration Lectured (German), 2008 - 2011

Deputy Head of Department, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration Lectured (German), 2005 - 2008

## Courses

Produkt- und Preispolitik, Undergraduate, 2018 - 2019

Industriegütermarketing, Undergraduate, 2019 - 2020

Distributionspolitik und Verkaufsmanagement, Undergraduate, 2018 - 2019

Industrielle Entrepreneurship Seminare, Undergraduate, 2018 - 2019

Sozialdienst, Undergraduate, 2019 - 2020

Uluslararası Tüketici Davranışları, Postgraduate, 2018 - 2019

Konsumentenverhalten, Undergraduate, 2012 - 2013, 2013 - 2014, 2014 - 2015, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019, 2019 - 2020

## Advising Theses

Ceritoğlu A. B. , Die entwicklungen auf dem discounter markt und die analyse der determinanten der einkaufsstättenwahl von konsumenten, Postgraduate, H.ERDOĞAN(Student), 2019

Ceritoğlu A. B. , Die umsetzung der kampfkunstprinzipien in die marketingstrategien - ein vorschlag am beispiel von wing tsun, Postgraduate, Ö.EREN(Student), 2019

CERİTOĞLU A. B. , CSR aktivitäten von tabak-unternehmen und ihre wirkungen auf das kaufverhalten, Postgraduate, M.YILMAZ(Student), 2012

CERİTOĞLU A. B. , Corporate social responsibility als ein Marketinginstrument- eine vergleichende Bestandsaufnahme in Türkischen und auslaendischen Unternehmen in der Türkei, Postgraduate, A.GENCER(Student), 2010

CERİTOĞLU A. B. , Vergleichende analyse der preispolitischen und produktpolitischen verkaufsförderungsaktivitäten und deren auswirkungen auf die kaufentscheidungen im verbrauchsgüterbereich, Postgraduate, İ.KOLUKISA(Student), 2010

## Articles Published in Other Journals

- I. **Yöresel Ürün İmajının Tüketici Satınalma Davranışı ve Yüksek Fiyat Ödeme Eğilimi Üzerine Etkisi – İstanbul İlinde Bir Uygulama**  
KELEMCİ G., CERİTOĞLU A. B.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.3, pp.30-52, 2010 (Other Refereed National Journals)
- II. **Lüks Markalar Gerçekten Güçlü Markalar mı? Türkiye'xxdeki Temel, Premium ve Lüks Markaların Faydaları ve Marka Güçlerine İlişkin Ampirik Bir Çalışma**  
Baumgarth C., KELEMCİ G., CERİTOĞLU A. B.  
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.25, no.2, pp.535-564, 2008 (Refereed Journals of Other Institutions)
- III. **Tüketicilerin Gıda Ürünlerinin Kalitesini Algılamada Dikkate Aldıkları İçsel ve Dışsal Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma**  
USLU A., CERİTOĞLU A. B. , KELEMCİ G.  
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi, vol.1, pp.189-221, 2002 (Other Refereed National Journals)

## Books & Book Chapters

- I. **Wie sich die digitalen Private Shopping Clubs auf die wahrgenommenen Markennutzen auswirken – eine empirische Analyse für Luxusmarken**

Ceritoğlu A. B. , Kelemci G., Güsan Köse G., Karapınar E.

in: Digitalisierung in der Betriebswirtschaft, Pernsteiner, Helmut Schöning, Stephan, Sümer Gögüs, Handan, Editor, Linde Verlag, Linz, pp.101-138, 2020

**II. Endüstriyel Pazarlarda Başarı Faktörü - Markalaşma**

CERİTOĞLU A. B.

Yalın Yayıncılık, 2019

**III. Risikomanagement in Lieferketten - Supply-Chain-Risikomanagement,**

Ceritoğlu A. B.

in: Şirketlerde Risk Yönetimiş - Almanya, Avusturya ve Türkiye arasında Kültürlerarası Bir Bakış Österreich und der Türkei, Schöning, S., Sümer Gögüş, E.H., Pernsteiner, H., Editor, Springer-Verlag, Wiesbaden, pp.269-295, 2017

**IV. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşletmelerin Çevre Bilinci Eksenindeki Uygulamalarının Tüketici Satın Alma Davranışı ve Kurum İmajı Algısına Etkisi**

CERİTOĞLU A. B.

Yalın Yayıncılık, 2011

**V. Günümüzün Etkili Medyası: Tüketicilerin Yarattığı Medya Ortamı ve Satınalma Davranışına Etkisi**

Kelemci G., Ceritoğlu A. B.

in: Pazarlama, İşletme Yönetimi ve Eğitiminde Seçilmiş Yazılar, Nimet Uyar, Şebnem Burnaz, Elif

Karaosmanoğlu, Banu Elmadağ baş, Gonca Ulubaşoğlu, Canan Aktan, Melek Demiralay, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, pp.141-163, 2011

## **Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings**

- I. **Aile İşletmelerinde Babadan Oğula İnnovasyon: Otomotiv Yan Sanayiinde Yetkinlik/İsteklilik İkilemi**  
ZAMANTILI NAYIR D., CERİTOĞLU A. B. , KARATAŞ GÜMÜŞTAŞ N., Ersen Cömert Ç.  
Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Turkey, 18 - 20 April 2019
- II. **Geleneksel Eyüp Oyuncakçısı - Kültür Pazarlaması Bağlamında Bir İnceleme.**  
ZAMANTILI NAYIR D., CERİTOĞLU A. B. , faber s.  
İşletme Tarihi Konferansı, Turkey, 21 - 22 March 2019
- III. **Do Perceived Brand Functions Influence Brand Consciousness in the Youth Consumer Segment? A Study Across Secondary Schools in Turkey**  
CERİTOĞLU A. B.  
2006 AMS / KAMS CPM Conference, 21 - 24 July 2016
- IV. **Sustainability and Sustainability Labels from the Point of View of Turkish Consumers**  
CERİTOĞLU A. B.  
3rd International Conference on Turkey and Turkish Studies, 27 - 30 June 2016
- V. **Üniversite Öğrencilerinin Mobil Pazarlamaya Yönelik Tutum ve Davranışlarının Satınalma Eğilimi Üzerindeki Etkilerinin Ölçümlemesine İlişkin Bir Araştırma**  
KELEMCİ G., CERİTOĞLU A. B.  
16. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 22 - 25 November 2011
- VI. **İnternette Ağızdan Ağıza İletişim (İAAİ) Platformlarının Farklı Ürün Gruplarındaki Satınalma Eğilim Üzerindeki Etkilerinin Ölçümlemesine İlişkin Bir Araştırma**  
KELEMCİ G., CERİTOĞLU A. B.  
15. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 26 - 29 October 2010
- VII. **Yöresel Ürün İmajının Tüketici Satınalma Davranışı ve Yüksek Fiyat Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkisi - İstanbul İlinde Bir Uygulama**  
KELEMCİ G., CERİTOĞLU A. B.  
14. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 14 - 17 October 2009
- VIII. **Ist CHANEL wirklich stärker als NIVEA? Empirische Studie zum Nutzen und zur Markenstärke von Basis-, Premium- und Luxusmarken**  
Baumgarth C., KELEMCİ G., CERİTOĞLU A. B.

3. Internationaler Markentag, 24 - 25 September 2009

- IX. **Balanced Scorecard Modelinin Pazarlama Açısından Müşteri Boyutuna Getirdiği Yeniliklerin Değerlendirilmesi ve Bu Kapsamda Bir Şirket Uygulmasının İncelenmesi**  
BAYRAKTAR A., CERİTOĞLU A. B. , KELEMCİ G.  
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 28 June - 01 July 2009
- X. **Does 'xxluxury'xx destroy or strengthen brand strength**  
Baumgarth C., CERİTOĞLU A. B. , KELEMCİ G.  
EBES 2009 Conference, 1 - 02 June 2009
- XI. **Stellenwert und Perspektiven des Marketing aus Sicht der türkischen Wissenschaft und Praxis – Befunde Explorativer Studie**  
CERİTOĞLU A. B. , KELEMCİ G.  
Stellenwert und Perspektiven des Marketing im 21. Jahrhundert, 09 January 2008
- XII. **Markanın Gerçek Konumu: Tüketici Algısı**  
CERİTOĞLU A. B.  
Marka Yönetimi Sempozyumu, Turkey, 15 - 16 April 2005
- XIII. **Balanced Scorecard Modelinin Pazarlama Açısından Değerlendirilmesi ve Bu Kapsamda Bir Şirket Uygulamasının İncelenmesi**  
BAYRAKTAR A., CERİTOĞLU A. B. , KELEMCİ G.  
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 28 June - 01 July 2001

## **Awards**

Baumgarth C., Kelemci G., Ceritoğlu A. B. , Ist CHANEL wirklich stärker als NIVEA? Empirische Studie zum Nutzen und zur Markenstärke von Basis-, Premium- und Luxusmarken, 3. Internationaler Markentag, September 2009