

Prof. AYŞE BAHAR CERİTOĞLU

Personal Information

Email: bceritoglu@marmara.edu.tr

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

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0001-5866-6938

Yoksis Researcher ID: 172922

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, School Of Business, Department Of Business Administration, 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, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2004

Postgraduate, Anwendung des 'franchising' bei den internationalen heim-werkermarkten in der Türkei, Marmara University, Institute of Social Sciences, 1997

Research Areas

Marketing

Academic Titles / Tasks

Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2020 - Continues

Associate Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration Lectured (German), 2012 - 2020

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

Lecturer, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration Lectured (German), 2004 - 2008

Research Assistant, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration Lectured (German), 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, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013

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 kampfkonstprinzipien 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 (Peer-Reviewed Journal)
- 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 (Peer-Reviewed Journal)
- 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 (Peer-Reviewed Journal)

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 Gögüş, 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 Ölçülmesine 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 Ölçülmesine 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

Metrics

Publication: 21

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

Non Academic Experience

Türkiye İş Bankası A.Ş. Fon Yönetimi Mdr.

AVUS Koll. Şt.

Kaleporselen Elektro-Teknik A.Ş.