

Prof. Dr. EMİNE ÇOBANOĞLU

Kişisel Bilgiler

E-posta: ecobanoglu@marmara.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: CqHJQIoAAAAJ

ORCID: 0000-0001-6453-2784

Yoksis Araştırmacı ID: 48290

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 1992 - 1998

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (İngilizce), Türkiye 1990 - 1992

Lisans, Boğaziçi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1983 - 1987

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

Doktora, Relationship Marketing: A Study on the Bank and Customer RelationshipPazarlama, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 1998

Yüksek Lisans, A Study on Media Research and the Case of Newspaper Readership, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (İngilizce), 1992

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2015 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2009 - Devam Ediyor

Yönetilen Tezler

ÇOBANOĞLU E., Influence of push notification on "consumer attitudes and purchase decision criteria" in telecommunication industry, Yüksek Lisans, A.Geyik(Öğrenci), 2019

ÇOBANOĞLU E., The effect of total cost of ownership on customer perceived value during industrial buyer decision making process: an investigation in truck market, Yüksek Lisans, Y.Cengiz(Öğrenci), 2019

ÇOBANOĞLU E., The role of city brand image in attracting young adults based on their entrepreneurial orientation : comparison of Izmir and Antalya, Yüksek Lisans, P.Sokullu(Öğrenci), 2019

ÇOBANOĞLU E., Understanding how personality and demographic characteristics of the receiver effects the perception of source credibility of facebook messages, Yüksek Lisans, İAYDIN(Öğrenci), 2018

ÇOBANOĞLU E., The impact of personal consumption values and food-related lifestyle on organic food purchase behavior in Turkey, Yüksek Lisans, N.REXİTİ(Öğrenci), 2018

ÇOBANOĞLU E., Segmenting the theatre audience: A study in Istanbul, Yüksek Lisans, N.CAVDAR(Öğrenci), 2017

ÇOBANOĞLU E., Challenges of attracting new customers to online shopping in İstanbul, Turkey, Yüksek Lisans, A.SHERİF(Öğrenci), 2016

ÇOBANOĞLU E., Effect of consumer ethnocentrism and service quality perception on satisfaction: A cross cultural study on fast food industry, Yüksek Lisans, M.GHUFİRAN(Öğrenci), 2016

ÇOBANOĞLU E., Measuring customer satisfaction of airline through service quality and price fairness: Case of Air Astana, Yüksek Lisans, M.MENZHANOVA(Öğrenci), 2015

ÇOBANOĞLU E., Study related to mobile payment systems acceptance : a case of Namık Kemal University and Marmara University students, Yüksek Lisans, S.Baloğlu(Öğrenci), 2015

ÇOBANOĞLU E., A study related to mobile payment systems acceptance: A case of Namık Kemal University and Marmara University students, Yüksek Lisans, S.BALOĞLU(Öğrenci), 2015

ÇOBANOĞLU E., Effects of pre-show, at-show, and post-show firm activities on trade show performance measurement, Yüksek Lisans, V.TURAEVA(Öğrenci), 2014

ÇOBANOĞLU E., Handling consumer confusion in Turkish GSM sector through wom, Yüksek Lisans, H.TUTUŞ(Öğrenci), 2013

ÇOBANOĞLU E., The effects of brand associations on consumers' brand attitude, brand loyalty, brand preference and brand satisfaction in Turkish Cola market for teenagers aged between 12 and 19, Yüksek Lisans, S.Belli(Öğrenci), 2011

ÇOBANOĞLU E., The effects of brand associations on consumers' brand attitude, brand loyalty, brand preference and brand satisfaction in Turkish cola market for teenagers aged between 12 and 19, Yüksek Lisans, S.BELLİ(Öğrenci), 2011

ÇOBANOĞLU E., Dark side of shopping: Impulsive and compulsive buying behaviour in clothing product category, Yüksek Lisans, A.ÖZTÜRK(Öğrenci), 2010

ÇOBANOĞLU E., Antecedents of satisfaction and loyalty for e customers in Turkey, Yüksek Lisans, E.MELİS(Öğrenci), 2010

ÇOBANOĞLU E., Segmenting Turkish university students according to lifestyle and analyzing their perception, motivation and attitude towards visual arts, Yüksek Lisans, A.GÜLŞEN(Öğrenci), 2010

ÇOBANOĞLU E., Segmenting Turkish University students according to lifestyle and analyzing their perception, motivation and attitude visual arts, Yüksek Lisans, A.Gülşen(Öğrenci), 2010

ÇOBANOĞLU E., Determining the factors that affect loyalty in GSM sector in Turkey, Yüksek Lisans, A.ÖZGE(Öğrenci), 2009

ÇOBANOĞLU E., The effects of corporate image on customer satisfaction and loyalty in İstanbul in Turkish automotive sector, Yüksek Lisans, B.BAYKAL(Öğrenci), 2009

ÇOBANOĞLU E., Antecedents of buyer's trust in marketing channels and an implementation in turkish valve market, Yüksek Lisans, E.İşçimen(Öğrenci), 2007

ÇOBANOĞLU E., Antecedents of buyer's trust in marketing channels and an implementation in Turkish valve market, Yüksek Lisans, E.İŞÇİMEN(Öğrenci), 2007

ÇOBANOĞLU E., Toplam kalite yönetim anlayışı ile altı sigma kalite yönetim anlayışının karşılaştırılması, Yüksek Lisans, E.BÜKER(Öğrenci), 2007

ÇOBANOĞLU E., Social responsibility projects as a marketing strategy: A recycling approach from the customer's perspective, Yüksek Lisans, F.SEÇİL(Öğrenci), 2006

ÇOBANOĞLU E., A compulsive consumption: Internet use addiction the case of Turkish high school students, Yüksek Lisans, M.ASLANBAY(Öğrenci), 2006

ÇOBANOĞLU E., Brand loyalty effect on consumer buyingbehavior for mobile phones, Yüksek Lisans, A.ŞEN(Öğrenci), 2006

ÇOBANOĞLU E., A compulsive consumption: internet use addiction tendency: the case of Turkish high school students, Yüksek Lisans, M.Aslanbay(Öğrenci), 2006

ÇOBANOĞLU E., Social responsibility projects as a marketing strategy: a recycling approach from the customer's perspective, Yüksek Lisans, F.Seçil(Öğrenci), 2006

ÇOBANOĞLU E., Determining the criteria and expectations of business customers in turkey in outsourcing the logistics functions of their supply Chain, Yüksek Lisans, F.ÖZER(Öğrenci), 2006

ÇOBANOĞLU E., Determining the decision making process for human resources professionals in open training programmes and related marketing strategies in Turkey, Yüksek Lisans, M.CANDEMİR(Öğrenci), 2005

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. An Extended GRA Method Integrated with Fuzzy AHP to Construct a Multidimensional Index for Ranking Overall Energy Sustainability Performances

Altintas K., VAYVAY Ö., Apak S., ÇOBANOĞLU E.
SUSTAINABILITY, cilt.12, sa.4, 2020 (SCI-Expanded)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. A MANAGERIAL VIEW ON TURKISH THEATER: THE ROLE OF THEATER AUDIENCE

ÇOBANOĞLU E., Cavdar N.
ART-SANAT, cilt9, ss.385-404, 2018 (ESCI)

II. A Segmentation Study of Theater Audiences Based on Benefits Sought

CAVDAR N., ÇOBANOĞLU E.
International Journal of Liberal Arts and Social Science, cilt.5, ss.67-79, 2017 (Hakemli Dergi)

III. An Empirical Investigation into The Determinants of Various Social Networking Sites Used By Generation Y Consumers

ÇOBANOĞLU E., DİRSEHAN T.
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, cilt.12, ss.85-109, 2017 (Hakemli Dergi)

IV. Y kuşağında tüketiciler tarafından kullanılan çeşitli sosyal ağ sitelerinin (sas) belirleyicilerine yönelik ampirik bir inceleme

ÇOBANOĞLU E., DİRSEHAN T.
Öneri, ss.85-109, 2017 (Hakemli Dergi)

V. Exploring dimensions of brand personality for Generation Y in the apparel market: The case of Turkey

Eren-Erdogmus I., ÇOBANOĞLU E., Budeyri-Turan I.
JOURNAL OF GLOBAL FASHION MARKETING, cilt.6, sa.2, ss.150-161, 2015 (ESCI)

VI. Profiling Y Generation GSM Users in Turkey According to Consumer Confusion Perceived Risk and WOM

ÇOBANOĞLU E., Hülya T.
Mediterranean Journal of Social Sciences, cilt.25, ss.169-183, 2014 (Scopus)

VII. Managing an Arts Brand The Case of Ara Güler

ERDOĞMUŞ Z. İ., Cem T., ÇOBANOĞLU E.
International Journal of Liberal Arts and Social Science, cilt.2, ss.31-46, 2014 (Hakemli Dergi)

VIII. Effects of the pre-show, at-show and post-show firm activities on trade show performance measurment

ÇOBANOĞLU E., Turaeva V.
Procedia_Social and behavioral Sciences, ss.762-771, 2014 (Hakemli Dergi)

IX. Creating Environmentally Responsible Consumers Through Recycling A Segmentation Approach

ÇOBANOĞLU E., ERDOĞMUŞ Z. İ., BAYRAKTAR KAZOZCU F. S.
Journal of Global Strategic Management, cilt.8, ss.36-44, 2013 (Hakemli Dergi)

X. Turkish Airlines Strong Wings Get Crashed in Amsterdam

ÇOBANOĞLU E., ERDOĞMUŞ Z. İ.

Journal of Case Research, cilt.3, ss.105-123, 2012 (Hakemli Dergi)

- XI. **Müşteri Faydasının Müşteri Tatmini ve Bağlılığı Üzerine Etkisi Organiza Gıda Perakende Örneği**
YALÇIN A. M., ERDOĞMUŞ Z. İ., ÇOBANOĞLU E.
Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.26, ss.384-396, 2009 (Hakemli Dergi)
- XII. **Determining Customer Expectations in Real Estate A Potential Market for Istanbul**
ERDOĞMUŞ Z. İ., ÇOBANOĞLU E.
Journal of Global Strategic Management, cilt.2, ss.38-47, 2008 (Hakemli Dergi)
- XIII. **CUSTOMER FOCUSED PRODUCT DEVELOPMENTAND A CASE STUDY IN TURKISH REFRIGERATORMARKET**
ÜÇLER Ç., VAYVAY Ö., ÇOBANOĞLU E.
İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, cilt.5, ss.81-97, 2006 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **İletişim Stratejisi Olarak Ticari Fuarlar**
Sümersan Köktürk M., ÇOBANOĞLU E., Torun İ., AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., DİRSEHAN T., Myftaraj E., KOCAMAZ İ., Eren Erdoğan İ., BİLGEN İ., Erturan Topgül A., et al.
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarlık ve İstihdam, Mehtap Sümersan Köktürk ve Emine Çobanoğlu, Editör, Sokak Yayın Grubu, İstanbul, ss.126-145, 2019
- II. **Endüstriyel Pazarlar ve Satın Alma Davranışı**
ÇOBANOĞLU E.
Pazarlama İlkeleri, Ercan Gegez, Editör, Beta Yayınları, İstanbul, ss.172-196, 2018
- III. **Fuarlık Süreci**
Çobanoğlu E.
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarlık ve İstihdam, Mehtap Köktürk,Emine Çobanoğlu, Editör, Sokak Yayın Grubu, İstanbul, ss.54-77, 2018
- IV. **SEGMENTING CULTURAL INSTITUTIONS: EXAMPLE OF THEATERS**
ÇOBANOĞLU E., Çavdar N.
Researches On Science And Art In 21st Century Turkey, Prof. Hasan ARAPGIRLIOGLU Assist. Prof. Atilla ATIK Prof. Robert L. ELLIOTT Assoc. Prof. Edward TURGEON, Editör, Gece Publishing, Ankara, ss.1017-1030, 2017
- V. **SEGMENTING CULTURAL INSTITUTIONS: EXAMPLE OF THEATERS**
ÇOBANOĞLU E., CAVDAR N.
RESEARCHES ON SCIENCE AND ART IN 21 ST CENTURY TURKEY, ARAPGIRLIOGLU, Hasan ATIK, Atilla ELLIOTT, Robert L. TURGEON, Edward, Editör, Gece Kitaplığı, ss.1017-1029, 2017
- VI. **Çevrimiçi satış Yönetimi**
ÇOBANOĞLU E.
Çevrimiçi Satış, Mehtap Köktürk, Emine Çobanoğlu, Taşkın Dirsehan, Editör, Nobel, İstanbul, ss.77-88, 2015
- VII. **Çevrimiçi Satışa İlişkin Çıkarımlar**
KÖKTÜRK M. S., ÇOBANOĞLU E., DİRSEHAN T.
Çevrimiçi Satış Bugünden Geleceğe Bir Potansiyel, , Editör, Nobel, Ankara, ss.207-211, 2015
- VIII. **Pazarlama Vizyonunu Genişleten Yeniden Doğan Pazarlar**
Erdoğan Z. İ. (Editör), Sümersan Köktürk M. (Editör), Çobanoğlu E. (Editör), Yalçın A. M. (Editör), Dirsehan T. (Editör)
Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, 2014
- IX. **Success in Philanthropic Corporate Social Responsibility**
ERDOĞMUŞ Z. İ., ÇOBANOĞLU E., BURCU Ö.
Corporate Social Responsibility in the Global Business World, Ash Yüksel Mermod, Samuel O. Idowu, Editör, Springer, ss.271-286, 2014
- X. **Değer, Tatmin ve Bağlılık: Genel Bilgiler ve Kavramsal İlişkiler**

ÇOBANOĞLU E., ERDOĞMUŞ Z. İ., YALÇIN A. M.

Benim Maasimi Kim Oduyor Musteri, Sehavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayinlari, ss.177-206, 2009

XI. Kurum İmajı Oluşumu ve Ölçümü

Köktürk M., ÇOBANOĞLU E., YALÇIN A. M.

Beta, 2008

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Public Transportation Literacy: A Case Study of İstanbul**
İnaç H., ÇOBANOĞLU E.
İstanbul Ulaşım Kongresi ve Fuarı, Türkiye, 8 - 10 Kasım 2018
- II. **SEGMENTATION OF FOOD SHOPPERS IN TURKEY: AN APPLICATION OF FOOD-RELATED LIFESTYLE INSTRUMENTS**
Rexiti N., ÇOBANOĞLU E.
13th International Strategic Management Conference (ISMC), Podgorica, Sırbistan Ve Karadağ, 6 - 08 Temmuz 2017, cilt.34, ss.89-102
- III. **A Proposed Value Chain Model to Improve Customer Experience In Operator Branded Smartphones**
Kalem G., ÇOBANOĞLU E.
RD Management Conference 2016 "From Science to Society: Innovation and Value Creation", Cambridge, UK, 03 Temmuz 2016
- IV. **Green Marketing and Advertising A Path to Sustainability** Koray Altıntaş Emine Çobanoğlu
Altıntaş K., ÇOBANOĞLU E.
İCOVACS, İstanbul, Türkiye, 12 - 13 Mart 2015
- V. **Effect of Organic Certifications on Buying Decision for Cosmetics Products in Turkey**
Ünver O., ÇOBANOĞLU E.
İCOVACS, 12 - 13 Mart 2015
- VI. **Analysing Consumers' Perception of Imagery: Detection of Consumers' Stereotyping and Sincerity Perceptions with Respect to the Headscarf Usage**
ÇOBANOĞLU E., KOCAMAZ İ.
International Marketing Trends Conference, Paris, Fransa, 24 Ocak 2015
- VII. **Analysing Consumers' Perception of imagery: Detection of Consumers' Stereotyping and Sincerity Perceptions with respect to the Headscarf Usage**
ÇOBANOĞLU E., KOCAMAZ İ.
International Marketing Trends Conference, Paris, Fransa, 23 - 24 Ocak 2015
- VIII. **Effects of the pre-show, at-show and post-show firm activities on trade show performance measurement**
ÇOBANOĞLU E., Turaeva V.
10th International Strategic Management Conference, Rome, İtalya, 19 - 21 Haziran 2014, cilt.150, ss.762-771
- IX. **Deneyimsel Perakendecilik: İstanbul'daki Yapı Market/Ev Gelişim Perakendecilerinde Bir Uygulama**
YALÇIN A. M., ÇOBANOĞLU E., ERDOĞMUŞ Z. İ.
13.Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 25 - 29 Ekim 2008
- X. **Relationship component of supplier involvement in New Product Development (NPD) process**
VAYVAY Ö., ÇOBANOĞLU E.
PICMET '06 - Technology Management for the Global Future, İstanbul, Türkiye, 8 - 13 Temmuz 2006, cilt.6, ss.2595-2597
- XI. **Exploring important usability attributes of cellular phones based on customer needs: A case with turkish users**
VAYVAY Ö., ÇOBANOĞLU E., Erdinc O.
Annual Conference of the Ergonomics Society: Contemporary Ergonomics 2005, CE 2005, Hertfordshire, Birleşik

Metrikler

Yayın: 37

Atıf (WoS): 22

Atıf (Scopus): 53

H-İndeks (WoS): 3

H-İndeks (Scopus): 2

Akademi Dışı Deneyim

Umur Basım ve Kırtasiye A.Ş.

Piar Piyasa Araştırma