

Prof.Dr. ZEYNEP İREM ERDOĞMUŞ

Kişisel Bilgiler

E-posta: ireme@marmara.edu.tr

Biyografi

Zeynep İrem Eren Erdoğan, 1976 yılında İstanbul'da doğmuştur. Üsküdar Amerikan Lisesi'nde orta ve lise eğitimini tamamladıktan sonra Boğaziçi Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü'nden onur derecesiyle mezun olmuştur. Lisans eğitimi sırasında aldığı pazarlama dersinin etkisiyle kariyerini pazarlama ve işletme alanına çevirmiş; 1999 yılında Marmara Üniversitesi İngilizce İşletme yüksek lisans programına başlamış ve aynı üniversitenin Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı'nda araştırma görevlisi olarak akademik kariyerine başlamıştır. 2006 yılında Boğaziçi Üniversitesi İşletme/ Pazarlama doktorasını bitirmiştir.

2017 yılından beri profesör olarak Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde kariyerine devam eden İrem Eren Erdoğan, İngilizce pazarlama lisans ve lisansüstü dersleri vermektedir. Sosyal medya pazarlaması, marka yönetimi, hizmet pazarlaması, lüks ve spor pazarlaması alanlarında uluslararası ve ulusal yayınları vardır; danışmanlık vermektedir; Harvard Business Review Türkiye'de blog yazıları yazmaktadır.

Eğitim Bilgileri

Doktora, Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 2001 - 2006

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (İngilizce), Türkiye 1998 - 2000

Lisans, Boğaziçi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi Ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, Türkiye 1994 - 1998

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

Doktora, Strategic management of Turkish brands in international markets, Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006

Yüksek Lisans, Database marketing-A survey in ready to wear retailing in Turkey, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2000

Araştırma Alanları

Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2017 - Devam Ediyor

Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2012 - Devam Ediyor
Öğretim Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 1999 - Devam Ediyor

Mesleki Deneyim

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2017 - 2019
Fakülte Yönetim Kurulu Üyesi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2015 - 2017
Bölüm Başkan Yardımcısı, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2014 - 2015
Erasmus Koordinatörü, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2009 - 2012

Verdiği Dersler

MARKETING MANAGEMENT FOR SERVICES, Yüksek Lisans, 2009 - 2010, 2010 - 2011, 2011 - 2012, 2012 - 2013, 2013 - 2014, 2014 - 2015, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019, 2019 - 2020
BRAND MANAGEMENT, Lisans, 2007 - 2008, 2008 - 2009, 2009 - 2010, 2010 - 2011, 2011 - 2012, 2012 - 2013, 2013 - 2014, 2014 - 2015, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019
TOPICS IN MARKETING, Yüksek Lisans, 2011 - 2012, 2012 - 2013, 2019 - 2020
BRAND MANAGEMENT, Yüksek Lisans, 2011 - 2012, 2012 - 2013, 2013 - 2014, 2014 - 2015, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019
INTRODUCTION TO MARKETING, Lisans, 2008 - 2009, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019, 2019 - 2020
STRATEGIC BRAND MANAGEMENT, Yüksek Lisans, 2010 - 2011, 2011 - 2012, 2012 - 2013, 2013 - 2014, 2014 - 2015, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019
MARKA YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019
SERVICES MARKETING, Yüksek Lisans, 2013 - 2014, 2014 - 2015, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2018 - 2019
MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2014 - 2015, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2018 - 2019
STRATEGY DEVELOPMENT FOR MARKETING, Yüksek Lisans, 2015 - 2016
SOCIAL WORK PRACTICES, Lisans, 2014 - 2015, 2015 - 2016
SERVICES MARKETING, Lisans, 2010 - 2011, 2011 - 2012, 2012 - 2013, 2013 - 2014, 2014 - 2015, 2015 - 2016
MARKETING RESEARCH, Lisans, 2013 - 2014, 2014 - 2015
PRINCIPLES OF MARKETING, Yüksek Lisans, 2013 - 2014

Yönetilen Tezler

Erdoğan Z. İ. , UNDERSTANDING CONSUMER MOTIVATIONS TO ENGAGE IN E-SPORTS, Yüksek Lisans, G.ESEN(Öğrenci), 2019
Erdoğan Z. İ. , WHAT MOTIVATES CONSUMERS TO DO ONLINE LUXURY SHOPPING? TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL APPROACH, Yüksek Lisans, G.ESKİYENENTÜRK(Öğrenci), 2019
Erdoğan Z. İ. , The Democratization of Luxury: Profiling Fashion Consumers, Yüksek Lisans, G.MERVE(Öğrenci), 2019
ERDOĞMUŞ Z. İ. , THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA AND ITS ROLE ON SMES' B2B MARKETING, Yüksek Lisans, M.HASSAN(Öğrenci), 2019
ERDOĞMUŞ Z. İ. , Earned or owned media: Which effects trust-loyalty relationship more?, Yüksek Lisans, E.KALAYCI(Öğrenci), 2018
ERDOĞMUŞ Z. İ. , Impact of brand love on focal online and offline consumer behavior outcomes, Yüksek Lisans, K.TEKBIYIK(Öğrenci), 2017
ERDOĞMUŞ Z. İ. , Understanding luxury consumption drivers, Yüksek Lisans, D.LEFKELİ(Öğrenci), 2017
ERDOĞMUŞ Z. İ. , Analyzing the factors that affect the luxury brand extension attitude: The context of complements, substitutes and transfers, Yüksek Lisans, E.ARDA(Öğrenci), 2016
ERDOĞMUŞ Z. İ. , Impact of university brand personality on human resources recruitment process, Yüksek Lisans,

H.KÜTÜKCÜ(Öğrenci), 2016
ERDOĞMUŞ Z. İ. , Impact of employee well-being projects on brand management, Yüksek Lisans,
G.MAMIKOĞLU(Öğrenci), 2016
ERDOĞMUŞ Z. İ. , The effects of celebrity endorsers on green and eco-friendly products, Yüksek Lisans,
H.SALARİ(Öğrenci), 2015
ERDOĞMUŞ Z. İ. , The effects of sport sponsorship on attitudes of consumers and purchase intention, Yüksek Lisans,
A.DEMİREL(Öğrenci), 2014
ERDOĞMUŞ Z. İ. , Motivations of mobile check-in application users: A consumer behaviour approach, Yüksek Lisans,
Ş.BURÇİN(Öğrenci), 2013
ERDOĞMUŞ Z. İ. , Voluntary simplicity in Turkey: A segmentation approach, Yüksek Lisans, E.KARAPINAR(Öğrenci), 2013
ERDOĞMUŞ Z. İ. , Social media marketing: Exploring the user typology in Turkey, Yüksek Lisans, M.ÇİÇEK(Öğrenci), 2012
Erdoğan Z. İ. , The role of personality congruence, perceived quality and brand prestige on brand loyalty, Yüksek Lisans, İ.BÜDEYRİ(Öğrenci), 2011

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Drivers of successful luxury fashion brand extensions: cases of complement and transfer extensions**
Eren-Erdogmus I., AKGÜN İ., Arda E.
JOURNAL OF FASHION MARKETING AND MANAGEMENT, cilt.22, ss.476-493, 2018 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- II. **Internationalization of Emerging Market Firms The Case of Turkish Retailers**
ERDOĞMUŞ Z. İ. , ÇOBANOĞLU E., YALÇIN A. M. , PERVEZ G.
International Marketing Review, cilt.27, ss.316-337, 2010 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- III. **Internationalization of Emerging Market Firms The Case of Turkish Retailers**
YALÇIN A. M. , ÇOBANOĞLU E., ERDOĞMUŞ Z. İ.
International Marketing review, ss.20, 2010 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- IV. **International strategies of emerging market firms Standardization in brand management revisited**
Erdogmus I. E. , BODUR M., Yılmaz C.
EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, cilt.44, ss.1410-1436, 2010 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- V. **Brand associations to create positive brand attitude for generation Y consumers Application in fashion retailing**
YALÇIN A. M. , ERDOĞMUŞ Z. İ.
Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics Administrative Sciences, ss.15, 2009 (SCI Expanded İndekslerine Giren Dergi)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **How to increase the awareness of in-app mobile banner ads: exploring the roles of banner location, application type and orientation**
ÇİÇEK M., ERDOĞMUŞ Z. İ. , DAŞTAN İ.
International Journal Of Mobile Communications, cilt.16, ss.153, 2018 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- II. **What Makes Consumers Recall Banner Ads in Mobile Applications**
ÇİÇEK M., ERDOĞMUŞ Z. İ. , DAŞTAN İ.
EMAJ: Emerging Markets Journal, cilt.7, ss.11-16, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- III. **Exploring local vs global brand associations in an emerging market using BCM technique**
Eren-Erdogmus I., DİRSEHAN T.
QUALITATIVE MARKET RESEARCH, cilt.20, ss.266-288, 2017 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- IV. **The effect of social media marketing on brand trust and brand loyalty for hotels**
Tatar S. B. , Eren-Erdogmus I.
INFORMATION TECHNOLOGY & TOURISM, cilt.16, ss.249-263, 2016 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)

- V. **Hedonic, Utilitarian, Symbolic Drives Behind Place Check-in Activity of Mobile Consumers**
TATAR Ş. B. , ERDOĞMUŞ Z. İ.
Marmara Business Review, cilt.1, ss.63-79, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VI. **The impacts of fans sincerity perceptions and social media usage on attitude toward sponsor**
DEMİREL A., ERDOĞMUŞ Z. İ.
Sport, Business and Management: An International Journal, cilt.6, ss.36-54, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VII. **Exploring Dimensions of Brand Personality for Generation Y in the Apparel Market**
ERDOĞMUŞ Z. İ. , Çobanoğlu E., Budeyri Turan I.
Journal of Global Fashion Marketing: Bridging Fashion and Marketing, cilt.6, ss.150-161, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VIII. **Exploring dimensions of brand personality for Generation Y in the apparel market The case of Turkey Y Jenerasyonu için Hazır Giyim Marka Kişiliği Boyutlarını Ortaya Çıkarmak Türkiye Vakası**
ERDOĞMUŞ Z. İ. , ÇOBANOĞLU E., Işıl B.
Journal of Global Fashion Marketing: Bridging Fashion and Marketi, cilt.6, ss.150-161, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IX. **Understanding Levels of Voluntary Simplicity in Turkey**
ERDOĞMUŞ Z. İ. , KARAPINAR E.
Bogazici Journal: Review of Social, Economic and Administrative Studies, cilt.29, ss.1-19, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- X. **Corporate Investment in Sports Sponsorship and Its Evaluation**
DEMİREL A., ERDOĞMUŞ Z. İ.
Athens Journal of Sports, cilt.1, ss.173-188, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XI. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XII. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIII. **Social Media Marketing Exploring the User Typology in Turkey**
ÇİÇEK M., ERDOĞMUŞ Z. İ.
International Journal Of Technology Marketing, cilt.8, ss.254-271, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIV. **The Role of Personality Congruence Perceived Quality and Prestige on Ready to Wear Brand Loyalty**
ERDOĞMUŞ Z. İ. , IŞIL B. T.
Journal of Fashion Marketing Management, cilt.16, ss.399-417, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XV. **Turkish Airlines Strong Wings Get Crashed in Amsterdam**
ÇOBANOĞLU E., ERDOĞMUŞ Z. İ.
Journal of Case Research, cilt.3, ss.105-123, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVI. **Revisiting Relationship Marketing in Emerging Markets The Case of Turkish Exporters**
ERDOĞMUŞ Z. İ. , YALÇIN A. M. , BOPIEVA A.
Boğaziçi Journal, cilt.26, ss.81-101, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVII. **Information and Communications Technologies as Competitive Advantage Tool After Termination of Agreement on Textiles and Clothing A Study of Turkish Textiles and Clothing**
ERDOĞMUŞ Z. İ. , YENER M. İ. , GÖZE O.
Öneri, cilt.31, ss.69-80, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVIII. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIX. **Using Associations to Create Positive Brand Attitude for Generation Y Consumers Application in Fashion Retailing**
YALÇIN A. M. , ERDOĞMUŞ Z. İ. , DEMİR Ş.

Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.14, ss.261-276, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

XX. 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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Ticari Fuarlar Katılımcı Firmaların Markalaşma Sürecine Nasıl Etki Eder?**
Erdoğan Z. İ.
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürebilir Fuarçılık ve İstihdam, Mehtap Sümersan Köktürk, Emine Çobanoğlu, Editör, Sokak Yayın Grubu, İstanbul, ss.146-159, 2019
- II. **Türk Markalarının Uluslararası Pazarlarda Durum Analizi**
ERDOĞMUŞ Z. İ.
Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar ile Üstünlük Sağlama, Bilgin F.Z., Çobanoğlu E., Yalçın M., Editör, Beta, ss.27-42, 2019
- III. **SMEs and Substitutes**
ERDOĞMUŞ Z. İ.
How Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) can be competitive, M. Şebnem Ensari Meltem Kıygi-Calli, Editör, LIT Verlag GmbH Co. KG Wien, Zürich, ss.71-89, 2018
- IV. **The Impact of Social Media on Social Movements: The Case of Anti-Consumption**
ERDOĞMUŞ Z. İ., ERGUN H. S.
Online Communities as Agents of Change and Social Movements, Steven Gordon, Editör, IGI Global, Hershey, ss.224-252, 2017
- V. **The Impact of Social Media on Social Movements: The Case of Anti-Consumption**
ERDOĞMUŞ Z. İ., ERGUN H. S.
Online Communities as Agents of Social Change and Social Movements, Steven Gordon, Editör, IGI Global, ss.224-252, 2017
- VI. **İlişkisel Pazarlamada Seçme Konular**
Erdoğan Z. İ. (Editör), Gülsoy T. Y. (Editör)
Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, 2015
- VII. **Uluslararası Pazarlarda İlişkisel Pazarlama**
ERDOĞMUŞ Z. İ.
İlişkisel Pazarlamada Seçme Konular, İrem Eren-Erdoğan, Tanses Gülsoy, Editör, BETA, ss.93-108, 2015
- VIII. **Sosyal Medyada Ticaret: Instagram Üzerinden Satış**
ERDOĞMUŞ Z. İ.
Çevrimiçi Satış Bugünden Geleceğe Bir Potansiyel, Mehtap Köktürk, Emine Çobanoğlu, Taşkın Dirsehan, Editör, NOBEL AKADEMİK, ss.89-106, 2015
- IX. **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
- X. **Müşterilerle Uzun Dönemli İlişki Geliştirmek İçin İtibar Yönetimi**
ERDOĞMUŞ Z. İ., YAŞLIOĞLU M. M.
İtibar Yönetimi, Haluk Sümer, Helmut Pernsteiner, Editör, Beta, ss.85-110, 2014
- XI. **Gönüllü Sadelik Akımının Pazarlama Açısından Değerlendirilmesi**
ERDOĞMUŞ Z. İ., KARAPINAR E.
Pazarlama Vizyonunu Geliştiren Yeniden Doğan Pazarlar, Mehtap Köktürk, Emine Çobanoğlu, Müge Yalçın, İrem Eren Erdoğan, Taşkın Dirsehan, Editör, BETA, ss.173-195, 2014
- XII. **Success in Philanthropic Corporate Social Responsibility**
ERDOĞMUŞ Z. İ., ÇOBANOĞLU E., BURCU Ö.
Corporate Social Responsibility in the Global Business World, Aslı Yüksel Mermod, Samuel O. Idowu, Editör,

- Springer, ss.271-286, 2014
- XIII. **Öğrencilerinin Algısında Bir Kişisel Marka: Prof. Dr. Mehtap Sümersan Köktürk**
Erdoğan Z. İ., Çobanoğlu E., Yalçın A. M.
21. Yüzyılda Pazarlama ve Yönetim Sezgileri, E. Cobanoğlu, Z. Bilgin, and S. Gurdal, Editör, Detay, İstanbul, ss.3-16, 2013
- XIV. **Uluslararası Pazarlarda Tutundurma**
ÖZNUR Y., ERDOĞMUŞ Z. İ.
Uluslararası Pazarlama, Şafak Aksoy, Gülfidan Barış, Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.158-182, 2013
- XV. **Küçük ve Orta Ölçekli Aile İşletmelerinde Büyüme**
AVCI E., ERGUN H. S., DAL S., ERDOĞMUŞ Z. İ., TÜRKOĞLU UTKU F., YENER M. İ.
Yalın Yayıncılık, 2009
- XVI. **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 Yayınları, ss.177-206, 2009
- XVII. **Birleşme ve Devralmalarda Uluslararası Boyut ve Pazarlama Yansımaları**
BİLGİN Z., ERDOĞMUŞ Z. İ.
Birleşme ve Devralmalar, Haluk Sümer, Helmut Pernsteiner, Editör, BETA, ss.29-42, 2004
- XVIII. **International Market Entry and Expansion Strategies of Anadolu Efes**
ERDOĞMUŞ Z. İ., TAŞDEMİR ÇALOĞLU H., BODUR M.
Drivers of Global Business Success, Zeynep Bilgin, Ven Sriram, Gerhard Wührer, Editör, Palgrave Macmillan, ss.168-181, 2004

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Branded Instagram Accounts: What is Needed For Better Engagement Results?**
Erdoğan Z. İ.
10th EMAC Regional Conference, Sankt-Peterburg, Rusya, 25 - 27 Eylül 2019, ss.112
- II. **The Impact of Social Media and Its Role on Small Medium-Sized Enterprises' Business-to-Business Marketing**
Edwan M., Erdoğan Z. İ.
28th Annual CIMaR Conference, Ankara, Türkiye, 17 - 20 Haziran 2019
- III. **Exploring the Motivations and Risks Involved in Using Augmented Reality Applications**
ERDOĞMUŞ Z. İ., ŞEREFHAN P.
28th EBES Conference, Coventry, İngiltere, 29 - 31 Mayıs 2019
- IV. **Earned or Owned Media: Which Effects Performance Better?**
KALAYCI E., ERDOĞMUŞ Z. İ.
26th EBES Conference, Prag, Çek Cumhuriyeti, 24 - 26 Ekim 2018
- V. **Youtubers: Why do Consumers Watch Their Videos and How Are They Influenced?**
ERDOĞMUŞ Z. İ., ÇİÇEK M.
14th INTERNATIONAL STRATEGIC MANAGEMENT CONFERENCE, 12 - 14 Temmuz 2018
- VI. **Determining Service Quality Dimensions of Social Commerce Websites**
ERDOĞMUŞ Z. İ., DİRSEHAN T., KARAKAYA M.
13th International Strategic Management Conference, 6 - 08 Temmuz 2017
- VII. **Determining Service Quality Dimensions of Social Commerce Websites**
ERDOĞMUŞ Z. İ., DİRSEHAN T., KARAKAYA M.
13th International Strategic Management Conference, Podgorica, Sırbistan Ve Karadağ, 6 - 08 Temmuz 2017, ss.165-174
- VIII. **Impact of Brand Love on Offline Focal Consumer Behavior Outcomes**
TEKBİYİK K., ERDOĞMUŞ Z. İ.
22nd Eurasia Business and Economics Conference (EBES), 24 - 26 Mayıs 2017

- IX. **How eWOM Valence Moderates The Effect Of Brand Love On eWOM Intentions Of Consumers?**
TEKBİYİK K., ERDOĞMUŞ Z. İ.
46th European Marketing Academy Conference (EMAC), 23 - 26 Mayıs 2017
- X. **Attractive or Credible Celebrities: Who Endorses Green Products Better?**
Eren-Erdogmus I, Lak H. S. , ÇİÇEK M.
12th International Strategic Management Conference (ISMC), Antalya, Türkiye, 28 - 30 Ekim 2016, cilt.235, ss.587-594
- XI. **Impact of corporate wellness projects on internal marketing**
MAMIKOĞLU G., ERDOĞMUŞ Z. İ.
24th European Academy of Sports Management Conference, VARŞOVA, Polonya, 7 - 10 Eylül 2016
- XII. **What Makes Consumers Recall Banner Ads in Mobile Application**
ÇİÇEK M., ERDOĞMUŞ Z. İ. , DAŞTAN İ.
45th European Marketing Academy Conference (EMAC), Oslo, Norveç, 24 - 27 Haziran 2016
- XIII. **Analyzing the factors that affect the luxury brand extension attitude**
ARDA E., ERDOĞMUŞ Z. İ.
2016 Monaco Symposium on Luxury, MONAKO, MONAKO, 7 - 08 Nisan 2016
- XIV. **Understanding university brand loyalty the mediating role of attitudes towards the department and university**
ERDOĞMUŞ Z. İ. , ERGUN H. S.
5th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management, 10 - 12 Aralık 2015, ss.362-371
- XV. **The Relationship Between Corporate Sponsorship and Organizational Commitment**
ERDOĞMUŞ Z. İ. , BAYARÇELİK E. B. , DEMİREL A.
23rd European Academy of Sports Management Conference, Dublin, İrlanda, 9 - 13 Eylül 2015
- XVI. **Drivers of Social Commerce Through Brand Engagement**
Erdogmus I. E. , Tatar S. B.
11th International Strategic Management Conference, Vienna, Avusturya, 23 - 25 Temmuz 2015, cilt.207, ss.189-195
- XVII. **How to Catch Mobile Users Attention to In App Banner Ads**
ÇİÇEK M., ERDOĞMUŞ Z. İ. , DAŞTAN İ.
44th European Marketing Academy Conference (EMAC), 26 - 29 Mayıs 2015
- XVIII. **Why Do People Check in Venues A Consumer Behavior Approach**
TULUKÇU Ş. B. , ERDOĞMUŞ Z. İ.
15th Eurasia Business and Economics Conference (EBES), 8 - 10 Ocak 2015, ss.560-565
- XIX. **Fans Response to Sport Sponsorship and Its Evaluation**
DEMİREL A., ERDOĞMUŞ Z. İ.
22nd European Academy of Sports Management Conference, 9 - 12 Eylül 2014, ss.112-113
- XX. **The impact of social media marketing on brand loyalty**
Erdogmus I. E. , Cicek M.
8th International Strategic Management Conference, Barcelona, İspanya, 21 - 23 Haziran 2012, cilt.58, ss.1353-1360
- XXI. **Online Group Buying What is There for the Consumers**
ERDOĞMUŞ Z. İ. , ÇİÇEK M.
7th International Strategic Management Conference, 30 Haziran - 02 Temmuz 2011, cilt.24, ss.308-316
- XXII. **Deneyimsel Perakendecilik: İstanbul'xxdaki Yapı Market/Ev Gelişim Perakendecilerinde Bir Uygulama**
YALÇIN A. M. , ÇOBANOĞLU E., ERDOĞMUŞ Z. İ.
13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 25 - 29 Ekim 2008
- XXIII. **Emerging Markets Strategies and Visions Workshop**
Bilgin Z., ZAMANTILI NAYIR D., Wührer G., ERDOĞMUŞ Z. İ.
CIMaR 2006, İstanbul, Türkiye, 26 - 30 Mayıs 2006

Bilimsel Hakemlikler

BOGAZICI JOURNAL: REVIEW OF SOCIAL, ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE STUDIES, Hakemli Bilimsel Dergi, Kasım 2018
JOURNAL OF MARKETING COMMUNICATIONS, ESCI Kapsamındaki Dergi, Şubat 2018
JOURNAL OF GLOBAL FASHION MARKETING, ESCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2018
MARMARA ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Ekim 2017
JOURNAL OF MARKETING COMMUNICATIONS, ESCI Kapsamındaki Dergi, Ekim 2017
ÖNERİ: MARMARA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ HAKEMLİ DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Mart 2017
INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Kasım 2015
BOGAZICI JOURNAL: REVIEW OF SOCIAL, ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE STUDIES, Hakemli Bilimsel Dergi, Mart 2015
INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Nisan 2014
EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2011

Etkinlik Organizasyonlarındaki Görevler

Erdoğan Z. İ. , 14th INTERNATIONAL STRATEGIC MANAGEMENT CONFERENCE, Bilimsel Kongre / Sempozyum Organizasyonu, Praha, Çek Cumhuriyeti, Temmuz 2018
Erdoğan Z. İ. , 13th INTERNATIONAL STRATEGIC MANAGEMENT CONFERENCE, Bilimsel Kongre / Sempozyum Organizasyonu, Podgorica, Sırbistan Ve Karadağ, Temmuz 2017
Erdoğan Z. İ. , 11th INTERNATIONAL STRATEGIC MANAGEMENT CONFERENCE, Bilimsel Kongre / Sempozyum Organizasyonu, Vienna, Avusturya, Temmuz 2015
Erdoğan Z. İ. , 10th INTERNATIONAL STRATEGIC MANAGEMENT CONFERENCE, Bilimsel Kongre / Sempozyum Organizasyonu, Rome, İtalya, Haziran 2014

Atıflar

Toplam Atıf Sayısı (WOS):248
h-indeksi (WOS):7