

Prof. Dr. ZEYNEP İREM ERDOĞMUŞ

Kişisel Bilgiler

E-posta: ireme@marmara.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0003-1648-3943

ScopusID: 36454643900

Yoksis Araştırmacı ID: 173536

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

Akademik İdari 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

Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2014 - 2015

Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2009 - 2012

Verdiği Dersler

MARKETING MANAGEMENT FOR SERVICES, Yüksek Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010

BRAND MANAGEMENT, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010, 2008 - 2009, 2007 - 2008

TOPICS IN MARKETING, Yüksek Lisans, 2019 - 2020, 2012 - 2013, 2011 - 2012

BRAND MANAGEMENT, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012

INTRODUCTION TO MARKETING, Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2008 - 2009

STRATEGIC BRAND MANAGEMENT, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011

MARKA YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

SERVICES MARKETING, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

STRATEGY DEVELOPMENT FOR MARKETING, Yüksek Lisans, 2015 - 2016

SOCIAL WORK PRACTICES, Lisans, 2015 - 2016, 2014 - 2015

SERVICES MARKETING, Lisans, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011

MARKETING RESEARCH, Lisans, 2014 - 2015, 2013 - 2014

PRINCIPLES OF MARKETING, Yüksek Lisans, 2013 - 2014

Yönetilen Tezler

Erdoğan Z. İ., WHAT MOTIVATES CONSUMERS TO DO ONLINE LUXURY SHOPPING? TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL APPROACH, Yüksek Lisans, G.ESKİYENENTÜRK(Öğrenci), 2019

Erdoğan Z. İ., UNDERSTANDING CONSUMER MOTIVATIONS TO ENGAGE IN E-SPORTS, Yüksek Lisans, G.ESEN(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., Impact of university brand personality on human resources recruitment process, Yüksek Lisans, H.KÜTÜKCÜ(Öğrenci), 2016

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 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., Voluntary simplicity in Turkey: A segmentation approach, Yüksek Lisans, E.KARAPINAR(Öğrenci), 2013
- ERDOĞMUŞ Z. İ., Motivations of mobile check-in application users: A consumer behaviour approach, Yüksek Lisans, Ş.BURÇİN(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. 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 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. Consequences of influencer-created content on influencers' authenticity in the beauty and personal care industry**
Ünalmiş E., DİRSEHAN T., ERDOĞMUŞ Z. İ.
Journal of Marketing Communications, 2024 (Scopus)
- II. Engaging with Social Media Influencers on Youtube: A Cluster Analysis**
ERDOĞMUŞ Z. İ., KARAKAYA ARSLAN M.
ISTANBUL BUSINESS RESEARCH, cilt.51, sa.1, ss.359-373, 2022 (ESCI)
- III. Why Do Generation Y Consumers Adopt Online Luxury Technologies: A Values Approach**
ERDOĞMUŞ Z. İ., ESKİYENENTÜRK G., KARAKAYA M.
Australasian Marketing Journal, cilt.29, ss.341-353, 2021 (ESCI)
- IV. The Impact of Brand Love on Constructive and Defensive eWOM Intentions of Consumers: The Moderating Role of eWOM Valence**
ERDOĞMUŞ Z. İ., TEKBIYIK K.
Boğaziçi Journal, Review of Social, Economic and Administrative Studies, cilt.34, sa.1, ss.68-82, 2020 (Scopus)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. İlişkisel Pazarlamada Seçme Konular**
Erdoğan Z. İ. (Editör), Gülsoy T. Y. (Editör)
Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2015
- II. 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 Yayım Dağıtım, İstanbul, 2014
- III. Küçük ve Orta Ölçekli Aile İşletmelerinde Büyüme**
AVCI E., ERGUN H. S., DAL S., ERDOĞMUŞ Z. İ., TÜRKOĞLU UTKU F., YENER M. İ.

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
- JOURNAL OF MARKETING COMMUNICATIONS, ESCI Kapsamındaki Dergi, Ekim 2017
- MARMARA ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ, Hakemli Bilimsel 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

Metrikler

- Yayın: 71
- Atıf (WoS): 260
- Atıf (Scopus): 290
- H-İndeks (WoS): 8
- H-İndeks (Scopus): 8

Akademi Dışı Deneyim

- Marmara Üniversitesi
- Marmara Üniversitesi