

Doç. Dr. İLKE KOCAMAZ

Kişisel Bilgiler

E-posta: kocamazi@marmara.edu.tr

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

Posta Adresi: kocamazi@marmara.edu.tr

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: auWglh8AAAAJ

ORCID: 0000-0002-7274-4573

Yoksis Araştırmacı ID: 57683

Biyografi

Öğr. Gör. Dr. İlke KOCAMAZ

-

Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü Öğretim Görevlisi olan İstanbul doğumlu İlke Kocamaz lisansını Boğaziçi Üniversitesi Felsefe (2000), Yüksek Lisansını Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi Üretim Yönetimi ve Pazarlama (2004) bölümlerinde tamamladı. 2000-2003 yılları arasında Almanya'nın Bremen Üniversitesi'nde Almanca, sosyoloji, iş bilimleri ve enformatik konularında Alman dilinde eğitimler aldı, yine Bremen'de Türk-Alman İşbirliği Enstitüsünde yarım sene görev aldı. Doktorasını İngiltere'nin Exeter Üniversitesi'nde "Evrime geçiren müze deneyimleri ve 21. yüzyılda müze (yeniden) markalaması-Royal Albert Memorial Museum'un yeniden markalama vaka çalışması" adlı teziyle 2012 yılında tamamladı. Marmara Üniversitesi'nde ayrıca örgütsel davranış Ana Bilim dalında bir sene bilimsel hazırlık eğitimi aldı, o sene Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi'nde İngilizce Öğretmenliği Sertifika Programı'nı başarıyla tamamlayıp İngilizce öğretmenliği sertifikası aldı.

Aldığı kurs, eğitimler ve yurt dışı deneyimleri arasında İskoçya'da 3 haftalık bir dil kursu (1990), Yasemin Kumral Spikerlik kursu (1996-7), Almanya'da Goethe Enstitüsünde üniversite eğitimi öncesi 1 senelik Almanca dil kursu ve ABD'nin Iowa eyaletinde 5 haftalık aile yanı ve yurt deneyimleri bulunmaktadır. Çok sayıda yurtdışı konferanslara katılmıştır.

İş deneyimleri arasında Aygaz'da 3 haftalık Pazarlama stajı, THY Eğitim Bölümü'nde 3 haftalık Eğitim stajı, İstanbul TRT Radyosu'nda 3 haftalık staj (İstihbarat bölümünde), Bremen'de Türk-Alman İşbirliği Enstitüsü'nde yarım senelik iş deneyimi, Exeter Royal Albert Memorial Müzesi'nde 1 senelik gönüllü çalışma ve araştırma, 1998-2000 yıllarında Radyo Boğaziçi'nde spikerlik deneyimi bulunmaktadır.

Sosyal ve boş zaman aktiviteleri arasında konferanslara, toplantılara katılma, kitap okuma (pazarlama dışında kişisel gelişim, psikoloji, felsefe konularında), gitar çalma, tenis oynama, yürüyüş yapma, satranç oynama bulunmaktadır.

Eğitim Bilgileri

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2004 - 2007

Lisans, Boğaziçi Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü, Türkiye 1996 - 2000

Yabancı Diller

İngilizce, C2 Ustalık
Almanca, C1 İleri

Sertifika, Kurs ve Eğitimler

Mesleki Eğitim, AD here reklamcılık günleri, Boğaziçi Üniversitesi, 2018
Bilişim, Facebook-Instagram Reklamcılığı Eğitimi, Koç Üniversitesi, 2018
Kişisel Gelişim, Bilinçaltını etkileyen dil kalıpları ile sıra dışı iletişim, Adil Maviş, 2008
Kişisel Gelişim, Bilinçaltını etkileyen dil kalıpları ile sıra dışı iletişim , Adil Maviş, 2007
Mesleki Kurs, İngilizce Öğretmenliği Sertifikası, Marmara Üniversitesi, 2004
Yabancı Dil, Goethe Institut Bremen Sprachshule Deutschkurse, Goethe Institut Bremen, 2000

Yaptığı Tezler

Doktora, Evolving museum experiences and museum (re)branding in the 21st century: A case study on the refurbishment of RAMM (2007-2011), University of Exeter, University of Exeter Business School, Management Studies, 2013
Yüksek Lisans, Ürünün görsel tasarım estetiğinin pazarlama iletişimindeki rolü ve beyaz eşya, mobilya ve ev tekstili sektörleri için tüketiciler üzerinde bir uygulama, Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2007

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2024 - Devam Ediyor
Dr. Öğr. Üyesi, Marmara Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2020 - 2024
Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2006 - 2020
Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2006 - 2019
Uzman, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2004 - 2006

Verdiği Dersler

Werbung, Lisans
Moda Pazarlaması, Lisans
Girişimciliğe Giriş , Yüksek Lisans
Satış Yönetimi, Lisans
Pazarlama ve Halkla İlişkiler, Lisans
Pazarlamada Yeni Trendler, Yüksek Lisans
Pazarlama Yönetim Seminerleri, Lisans
Pazarlama ve Halkla İlişkiler, Lisans
Pazarlama Yönetimi, Lisans
Pazarlama Yönetim Seminerleri, Lisans

Giriřimcilik, Yüksek Lisans
Werbung (Reklamcılık), Lisans, 2019 - 2020
Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2019 - 2020
Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar, Lisans, 2019 - 2020
Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar, Lisans, 2019 - 2020
Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2019 - 2020

Yönetilen Tezler

Kocamaz İ., GENEL MARKA EDERİ, MARKA GÜVENİ VE FİYAT BİLİNCİNİN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE KRİZ ALGISININ MODERATÖR ROLÜ: TÜRK VE YUNAN TÜKETİCİLERİN ŞAMPUAN VE MOBİLYA SEKTÖRLERİNDE SATIN ALMA NİYETLERİ ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans, D.MÜEZZİNOĞLU(Öğrenci), 2019
Kocamaz İ., Tüketici davranışları açısından karar alma sürecinde pişmanlık duygusunun memnuniyet ile ilişkisi üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, A.Eren(Öğrenci), 2018

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Critical Marketing: Contemporary Issues in Marketing**
Kocamaz İ.
Consumption Markets & Culture, cilt.1, sa.12, ss.85-98, 2009 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **An Investigation of Post-Purchase Cognitive Dissonance and Its Determinants in Online Shopping.**
KARADENİZ M., KOCAMAZ İ.
Journal of Yasar University, cilt.15, ss.307-315, 2020 (Hakemli Dergi)
- II. **THE EFFECT OF FACEBOOK, YOUTUBE AND INSTAGRAM ADVERTISEMENTS ON CONSUMERS' BUYING BEHAVIOURS**
KARADENİZ M., KOCAMAZ İ.
Turkish Journal of Marketing, cilt.4, sa.3, ss.298-311, 2019 (Hakemli Dergi)
- III. **Facebook, Youtube ve Instagram Reklamlarının Tüketicilerin Markaya Yönelik Tutumlarına Etkisi**
KARADENİZ M., KOCAMAZ İ.
BMIJ, cilt.6, ss.95-107, 2018 (Hakemli Dergi)
- IV. **Tüketici Davranışları Açısından Karar Alma Sürecinde Pişmanlık Duygusunun Memnuniyet ile İlişkisi Üzerine Bir Araştırma**
Güney A. E., KOCAMAZ İ.
Social Sciences Studies Journal, cilt.4, ss.673-686, 2018 (Hakemli Dergi)
- V. **Materialism and Brand Resonance as Drivers of Online Compulsive Buying Behavior**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., KOCAMAZ İ., USLU A.
The Journal of Academic Social Science Studies, cilt.2, ss.91-107, 2016 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Deneyim ekonomisinden dönüşüm ekonomisine: Tüketiciyi dönüştüren deneyimlerin pazarlanması**
KOCAMAZ İ.
Beta, İstanbul, 2023
- II. **Güncel Pazarlamada Yapay Zekanın Bazı Uygulama Alanları**
KOCAMAZ İ., Gürsoy H.

İşletme Yönetiminde Yapay Zeka, Dr. Mustafa Gökhan Bitmiş; Dr. Özge Dinç Cavlak; Dr. Mustafa Mehmet Bayar, Editör, Gazi Kitabevi, İstanbul, ss.53-76, 2022

- III. **Digital Marketing Trends during the Covid 19 Outbreak: Entrepreneurship Perspectives**
KOCAMAZ İ., Dede B.
Digital Challenges and Strategies in a Post-Pandemic World, Ela Sibel Bayrak Meydanoğlu; Dilek Zamantılı Nayır; Müge Klein; Rıza Öztürk, Editör, Peter Lang, Berlin, ss.53-72, 2022
- IV. **Reklamda Kadının Portresi: Kadının Nesnelere Arasında Özne Kalabilme Mücadelesi**
KOCAMAZ İ.
İş Yaşamında Kadın: Covid-19 Sürecinde Farklı Sektörlerde Analiz, Prof. Dr. Fatma Ayanoğlu, Editör, Beta, İstanbul, ss.135-154, 2021
- V. **Yapay Zekanın Pazarlamadaki Kullanım Alanları**
KOCAMAZ İ.
Covid 19 Sonrası Değişim ve Dijital İşletme, Fatma Ayanoğlu, Editör, Beta Yayınevi, İstanbul, ss.291-309, 2021
- VI. **Sorularla Pazarlamada Son Dönemde Tartışılan Güncel Konular**
KOCAMAZ İ.
Sorularla Pazarlama İlkeleri, Arif Yıldız; Kazım Kılınç, Editör, Asos Yayınları, İstanbul, ss.477-512, 2021
- VII. **İletişim Stratejisi Olarak Ticari Fuarlar**
Sümersan Köktürk M., ÇOBANOĞLU E., Torun İ., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., DİRSEHAN T., Myftaraj E., KOCAMAZ İ., Eren Erdoğan İ., BİLGEN İ., Erturan Topgöl A., et al.
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarlık ve İstihdam, Mehtap Sümersan Köktürk ve Emine Çobanoğlu, Editör, Sokak Yayın Grubu, İstanbul, ss.126-145, 2019
- VIII. **Yetkinlik Analizi(Competency Analysis)**
Türker M. V., İnel M. N., Bakoğlu R., Kocamaz İ.
Üniversitelerde Strateji Geliştirme Sürecinde Uygulamalı Durum Analizleri (Situation Analysis with Practice on Strategy Development Process at Universities), Refika Bakoğlu, Müge Leyla Yıldız, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, ss.67-82, 2016
- IX. **Yetkinlik Analizi**
Türker M. V., İnel M. N., Bakoğlu R., Kocamaz İ.
Üniversitelerde Strateji Geliştirme Sürecinde Uygulamalı Durum Analizleri, Refika Bakoğlu, Müge Leyla Yıldız, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, ss.67-82, 2016
- X. **Yetkinlik Analizi**
TÜRKER M. V., İNEL M. N., BAKOĞLU R., KOCAMAZ İ.
Üniversitelerde Strateji Geliştirme Sürecinde Uygulamalı Durum Analizleri, Refika Bakoğlu, Müge Leyla Yıldız, Editör, Beta, İstanbul, ss.67-82, 2016
- XI. **İşletme Markası Değişimi: Kuramsal Bir Yaklaşım**
Kocamaz İ., Kocamaz T.
21. Yüzyılda Pazarlama ve Yönetim Sezgileri, Çobanoğlu, E., Bilgin, F. Z., Gürdal, S., Editör, Detay Yayıncılık, İstanbul, ss.45-55, 2013
- XII. **İşletme Markası Değişimi: Teorik Bir Yaklaşım**
KOCAMAZ İ., KOCAMAZ T., PİRTİNİ S.
21 Yüzyılda Pazarlama ve Yönetim Sezgileri, Emine Çobanoğlu, F. Zeynep Bilgin ve Sahavet Gürdal, Editör, Detay, Ankara, ss.45-55, 2013
- XIII. **Öğrenen İlişkiyi Öğrenmek**
Kocamaz İ., Kocamaz T., Pirtini S.
Benim Maaşımı Kim Ödüyor? Müşteri, Sahavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayınları, İstanbul, ss.75-90, 2009

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Education Challenges and Opportunities in the Age of Digital Transformation**
KOCAMAZ İ.

7th International Conference on Future of Teaching and Education, Viyana, Avusturya, 16 - 18 Temmuz 2023

- II. **Digital Marketing Trends during the Covid 19 Outbreak: Entrepreneurship Perspectives and Turkish SME Cases from the Young Businessmen Association of Turkey (TUGIAD) as Evidence from an Emerging Economy**
KOCAMAZ İ., Dede B.
2nd Annual Business Administration Conference (ABAC): Digital Challenges and Strategies in a Post Pandemic World, İstanbul, Türkiye, 18 Kasım 2021
- III. **The Examination of the Effects of Attitude, Perceived Behavior Control, Awareness Consequences and Subjective Norm Variables on the Reselling Behavior of Consumers as a Part of the Recycling Behavior of White Goods**
KARADENİZ M., KOCAMAZ İ.
4. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi, Türkiye, 14 Aralık 2020
- IV. **The Effect of the Changes in Consumers' Physical Appearance due to the Lockdown Procedure on Their Clothing Involvement during the Covid-19 Pandemic**
KARADENİZ M., KOCAMAZ İ.
III. Economics, Business & Organization Research (BOR) Conference, Türkiye, 21 Kasım 2020
- V. **The Effect of the Functional Qualities of Facebook, Youtube and Instagram Advertisements on Consumers' Attitudes Towards Advertisements**
KARADENİZ M., KOCAMAZ İ.
VI. Yıldız Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Türkiye, 12 Aralık 2019
- VI. **The Effect of Facebook, Youtube and Instagram Advertisements on Consumers'xx Buying Behaviours**
KARADENİZ M., KOCAMAZ İ.
Bor Conference, İzmir, Türkiye, 4 - 06 Eylül 2019
- VII. **AN INVESTIGATION OF POST-PURCHASE COGNITIVE DISSONANCE AND ITS DETERMINANTS IN ONLINE SHOPPING**
Kocamaz İ.
Bor Conference , İzmir, Türkiye, 4 - 06 Eylül 2019
- VIII. **THE EFFECT OF FACEBOOK, YOUTUBE AND INSTAGRAM ADVERTISEMENTS ON CONSUMERS' BUYING BEHAVIOURS**
Kocamaz İ.
Bor Conference, İzmir, Türkiye, 4 - 06 Eylül 2019
- IX. **Facebook, Youtube ve Instagram Reklamlarının Tüketicilerin Markaya Yönelik Tutumlarına Etkisi**
KARADENİZ M., KOCAMAZ İ.
Bor Conference, Karabük, Türkiye, 12 - 14 Eylül 2018, cilt.6, ss.95-107
- X. **FACEBOOK, YOUTUBE VE INSTAGRAM REKLAMLARININ TÜKETİCİLERİN MARKAYA YÖNELİK TUTUMLARINA ETKİSİ**
Kocamaz İ.
Bor Conference, Karabük, Türkiye, 12 - 14 Eylül 2018, cilt.6, sa.3, ss.95-107
- XI. **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
- XII. **Analysing Consumers'xx Perception of imagery: Detection of Consumers'xx Stereotyping and Sincerity Perceptions with respect to the Headscarf Usage**
ÇOBANOĞLU E., KOCAMAZ İ.
International Marketing Trends Conference, Paris, Fransa, 23 - 24 Ocak 2015
- XIII. **Alienation in Cultural Industries**
Kocamaz İ.
EGOS Conference, Barcelona, İspanya, 2 - 04 Temmuz 2009
- XIV. **Consumption Theory**
Kocamaz İ.

Consumption Theory Conference, Ankara, Türkiye, 21 - 27 Haziran 2009

XV. The Contradictory Museum

KOCAMAZ İ.

Consumer Culture Theory 4 Conference, Michigan, Amerika Birleşik Devletleri, 11 - 14 Haziran 2009

XVI. Evolving museum experiences and museum (re)branding in the 21st century: A case study on the refurbishment of RAMM (2007-2011)

Kocamaz İ.

Consumer Culture Theory 4 Conference, Michigan, Amerika Birleşik Devletleri, 11 - 14 Haziran 2009

Metrikler

Yayın: 35

Burslar

100/2000, YÖK, 2008 - 2013

Akademi Dışı Deneyim

RAMM (Royal Albert Memorial Museum)

Türk Alman İşbirliği Enstitüsü (Turkisch-Deutsch Zusammenarbeit Institut)

Boğaziçi Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Kulübü

Türk Hava Yolları

Aygaz

TRT