

## Prof. FATMA MÜGE ARSLAN

### Personal Information

**Email:** mugearslan@marmara.edu.tr

**Web:** <https://avesis.marmara.edu.tr/mugearslan>

### Education Information

Doctorate, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, Turkey 1993 - 1999

Postgraduate, Marmara University, Faculty of Business Administration, İşletme Bölümü (Almanca), Turkey 1991 - 1993

Undergraduate, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Elektrik-Elektronik Mühendisliği Bölümü, Turkey 1984 - 1987

Undergraduate, University Of Ottawa, Elektrik Ve Elektronik Mühendisliği, Canada 1982 - 1984

### Research Areas

Social Sciences and Humanities

### Academic Titles / Tasks

Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2012 - Continues

Associate Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2006 - 2012

Assistant Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2001 - 2005

Lecturer, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 1999 - 2001

Research Assistant, Marmara University, Institute of Social Sciences, Pazarlama (YI) (Tezli), 1998 - 1999

### Academic and Administrative Experience

Marmara University, Institute of Social Sciences, Stratejik Marka Yönetimi (YI) (Tezsiz) (İö), 2010 - Continues

### Advising Theses

ARSLAN F. M. , Dijital medyada yorumların marka kredibilitesi, marka tutumu ve satın alma niyetine etkisi üzerine bir araştırma, Postgraduate, S.Erim(Student), 2019

ARSLAN F. M. , Global markalarda marka deneyimi ve marka imajının tüketici sadakatine etkisi: Zara örneği, Postgraduate, B.Sekmen(Student), 2019

ARSLAN F. M. , Gelecek kaygısı ve sürdürülebilirliğin marka tutumu ve satınalma niyeti üzerine etkisi : beyaz eşya sektöründe bir araştırma, Postgraduate, M.Erdoğan(Student), 2019

ARSLAN F. M. , GLOBAL MARKALARDA MARKA DENEYİMİ VE MARKA İMAJININ TÜKETİCİ SADAKATİNE ETKİSİ: ZARA ÖRNEĞİ, Postgraduate, B.SEKMEEN(Student), 2019

ARSLAN F. M. , Perakende giyim mağazalarının çoklu kanal kullanımında çevrimdışı mağazaya duyulan güvenin, çevrimiçi mağazadan alışveriş yapmaya duyulan güvene ve satınalma niyetine etkisi, Postgraduate, D.Mammadov(Student), 2019

ARSLAN F. M. , Güvenilir bir kaynak olarak influencerların marka güveni ve marka satın alma niyetine etkisindeki sponsorluk beyanının moderatör rolü, Postgraduate, M.Shamli(Student), 2019

ARSLAN F. M. , Firmaların sosyal inovasyon uygulamalarına ilişkin tüketici tutumlarının ölçülmesine yönelik ölçek geliştirme çalışması, Doctorate, Ş.BURÇİN(Student), 2018

ARSLAN F. M. , Reklamlarda ünlü kullanımının marka güveni ve marka itibarına etkisi üzerine bir araştırma, Postgraduate, G.ÖZTÜRK(Student), 2017

ARSLAN F. M. , Hizmet ortamının marka imajına ve satın alma niyetine etkisi: bir uygulama, Postgraduate, M.KARAKAŞOĞLU(Student), 2015

ARSLAN F. M. , Tüketicilerde alışveriş bağımlılığı eğilimini belirleyen faktörlerin kişisel, nedensel ve durumsal boyutlarıyla incelenmesi, Doctorate, Ö.KİREZLİ(Student), 2015

ARSLAN F. M. , Algılanan değerın tüketici karar verme türlerine etkisi ve GSM operatörü kullanıcıları üzerine bir araştırma, Postgraduate, M.ALARÇIN(Student), 2015

ARSLAN F. M. , Alıcı firma tarafından algılanan ilişki riskin tedarikçi firma performansı üzerine etkisi ve bir araştırma, Doctorate, F.SOLEIMANI(Student), 2015

ARSLAN F. M. , Marka aşkının marka sadakati ve ağızdan ağıza pazarlamaya etkisi: Pilot bir araştırma, Postgraduate, G.NİHAN(Student), 2015

ARSLAN F. M. , Elektronik ticarete güveni oluşturan faktörler ve satınalma niyetine etkileri üzerine bir araştırma, Doctorate, V.GAMBAROV(Student), 2014

ARSLAN F. M. , Deniz balığı yetiştiriciliği sektöründe rekabet algısı ve bir araştırma, Doctorate, M.SELÇUK(Student), 2014

ARSLAN F. M. , Tüketici etnosentrizmi ve ülke menşei etkisinin tüketicilerin yabancı markalı ürün tercihi ve satın alma niyeti üzerine etkisi, Doctorate, S.KÜÇÜKAYDIN(Student), 2012

ARSLAN F. M. , Pazarlama stratejilerinde ekolojik yaklaşımın müşterilerin marka algısıyla ilişkisi ve bir uygulama: Şekerbank Ekokredi Projesi, Postgraduate, M.SEDEFOĞLU(Student), 2011

ARSLAN F. M. , Tüketicilerin marka deneyimi algısının marka güveni, tatmini, sadakati üzerindeki etkisi ve bir araştırma, Doctorate, İ.UĞUR(Student), 2011

ARSLAN F. M. , Pazarlama stratejilerinde ekolojik yaklaşımın müşterilerin marka algısıyla ilişkisi ve bir uygulama: "Şekerbank ekokredi projesi", Postgraduate, M.Sedefoğlu(Student), 2011

ARSLAN F. M. , The effects of corporate social responsibility on consumer trust, corporate image and brand loyalty, Postgraduate, S.FAHLİOĞULLARI(Student), 2009

ARSLAN F. M. , The effects of corporate social responsibility on corporate image, consumer trust and brand loyalty, Postgraduate, S.Fahlioğulları(Student), 2009

ARSLAN F. M. , Impact of corporate image components on perceived price: A research in it sector, Postgraduate, F.BEHİYE(Student), 2008

ARSLAN F. M. , Perakende sektöründe mağaza imajı ve mağaza sadakati incelenmesi: İstanbul'daki kafe zincirlerinde bir uygulama, Doctorate, F.BALYEMEZ(Student), 2008

ARSLAN F. M. , Niş pazarlama stratejisi ve organik ürünler pazarında bir araştırma, Postgraduate, D.Semiz(Student), 2008

ARSLAN F. M. , Brand extensions: The role of brand familiarity, similarity and parent brand attitude in consumer evaluation, Postgraduate, G.ÖZÜPAK(Student), 2008

ARSLAN F. M. , KOBİ'lerde toplam kaynaklar ile tutundurma faaliyetleri arasındaki ilişki ve bir uygulama, Postgraduate, M.KÜÇÜKARABA(Student), 2007

ARSLAN F. M. , Endüstriyel pazarlarda araçlara uygulanan satış geliştirme yöntemlerinin satışla ilişkisi ve bir uygulama, Postgraduate, G.AKDOĞAN(Student), 2007

ARSLAN F. M. , Kobi'lerde toplam kaynaklar ile tutundurma faaliyetleri arasındaki ilişki ve bir uygulama, Postgraduate, M.Küçükaraba(Student), 2007

ARSLAN F. M. , Yeni ürünlerde mizahi reklamlara yönelik tüketici tutum ve davranışları ve bir uygulama, Postgraduate, S.ACAR(Student), 2006

ARSLAN F. M. , Sponsorluğun markaya etkileri ve bir uygulama, Postgraduate, G.MARMARA(Student), 2006

ARSLAN F. M. , İnternetin uluslararası pazarlamada KOBİ'lerin tutundurma faaliyetlerine katkıları ve bir uygulama, Postgraduate, İ.EMİRALİOĞLU(Student), 2005

ARSLAN F. M. , Endüstriyel pazarlamada ilişki pazarlamasının işletmelere sağladığı yararlar ve bir uygulama, Postgraduate, G.UFUK(Student), 2004

ARSLAN F. M. , Marka kişiliğinin tüketici algısına etkisi ve bir uygulama, Postgraduate, E.YAVUZ(Student), 2004

## Articles Published in Other Journals

**I. TÜKETİCİLERİN İLGİLENİM DÜZEYLERİNE GÖRE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİ TERCİH ETME NEDENLERİ VE SADAKATE ETKİSİ**

ARSLAN F. M. , BAKIR N. O.

Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.28, no.1, pp.227-259, 2010 (Refereed Journals of Other Institutions)

## Books & Book Chapters

**I. Influencer Pazarlama ve Markalama**

ARSLAN F. M.

in: Masamızda Marka Sohbetleri 2, F. Müge Arslan, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ, İstanbul, pp.133-159, 2018

**II. B2B Markets and Business Buying Behavior**

ARSLAN F. M.

in: Principles of Marketing, Sevgi Ayşe Öztürk, Editor, T.C. ANADOLU UNIVERSITY PUBLICATION NO: 3805, Eskişehir, pp.134-159, 2018

**III. Sembolik Bir İletişim Aracı Olarak Markalar**

ERGEN A., YAVUZALP MARANGOZ A., ÖZÇELİK A. B. , TELCİ E. E. , ARIKAN E., BOZKURT BEKOĞLU F., ARSLAN F. M. , ÖZTÜRK M., AKYOL A., BAKIR N. O. , et al.

in: Masamızda Marka Sohbetleri 2, Fatma Müge Arslan, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, pp.235-259, 2018

**IV. ENDÜSTRİYEL PAZARLAMA REKABETSEL YAKLAŞIM**

ARSLAN F. M.

BETA YAYINLARI, İstanbul, 2012

**V. Mağazacılıkta Atmosfer**

ARSLAN F. M.

Beta Yayınları, İstanbul, 2011

**VI. ALGILAMA YÖNETİMİ**

ARSLAN F. M.

in: Benim Maaşımı Kim Ödüyor Müşteri, Sahavet Gürdal, Editor, Yaprak Yayınları, İstanbul, pp.147-176, 2009

## Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

**I. Competition Elements in the Marine Aquaculture Industry: A Research on Turkey**

UZMANOĞLU M. S. , ARSLAN F. M.

EAFE 2019 Conference, Santiago de Compostela, Spain, 2 - 05 April 2019

**II. Dominance or Effectiveness? Which is More Important in Brand Personality Decisions?**

ALTUNA O., ARSLAN F. M.

5th International Conference on Turkey and Turkish Studies, 2 - 05 July 2018

**III. The Role of Nostalgia Proneness in the Effect of Brand Image, Corporate Image, Brand Trust and Involvement on Emotional Attachment: Global vs Local Brand**

ARSLAN F. M. , ALTUNA O.

Innovation and Global Issues in Social Sciences III Kongresi, Patara, Turkey, 26 - 29 April 2018

**IV. Positioning of Fashion Denim Brands According to Consumers' Perceptions: A Comparison Based on**

**Attribute Based and Similarity Based Approaches to Perceptual Mapping**

ARSLAN F. M. , KARA A.

Innovation and Global Issues in Social Sciences 2017, Antalya, Turkey, 27 - 29 April 2017, pp.486-489

**V. Perception of Competition in the Marine Fish Culture Industry in Turkey**

UZMANOĞLU M. S. , ARSLAN F. M.

18th International Conference the Theme is "Challenging new frontiers in the global seafood sector – a Northern Enlightenment, Aberdeen, United Kingdom, 12 - 15 July 2016

**VI. Positioning of Campuses and Academic Units in terms of Satisfaction A Research on Marmara**

**University Marmara University School of Business Administration Istanbul June 19 21 2013**

ÖZNAZ D., TEKTAŞ N., UZMANOĞLU M. S. , ACAR BÜYÜKPEHLİVAN G., YALÇIN F. A. , ARSLAN F. M.

European Conference on Social Science Research, 19 - 21 September 2013

**Citations**

Total Citations (WOS):3

h-index (WOS):1