

Prof.Dr. FATMA MÜGE ARSLAN

Kişisel Bilgiler

E-posta: mugearslan@marmara.edu.tr

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

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1993 - 1999

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (Almanca), Türkiye 1991 - 1993

Lisans, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Elektrik-Elektronik Mühendisliği Bölümü, Türkiye 1984 - 1987

Lisans, University Of Ottawa, Elektrik Ve Elektronik Mühendisliği, Kanada 1982 - 1984

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - Devam Ediyor

Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2006 - 2012

Yrd.Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2001 - 2005

Öğretim Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 1999 - 2001

Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (YI) (Tezli), 1998 - 1999

Akademik İdari Deneyim

Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Stratejik Marka Yönetimi (YI) (Tezsiz) (İö), 2010 - Devam Ediyor

Yönetilen Tezler

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

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

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

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

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

ARSLAN F. M. , GLOBAL MARKALARDA MARKA DENEYİMİ VE MARKA İMAJININ TÜKETİCİ SADAKATİNE ETKİSİ: ZARA ÖRNEĞİ, Yüksek Lisans, B.SEK MEN(Öğrenci), 2019

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

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

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

ARSLAN F. M. , Algılanan değerın tüketici karar verme türlerine etkisi ve GSM operatörü kullanıcıları üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, M.ALARÇİN(Öğrenci), 2015

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

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

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

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

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

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

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

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

ARSLAN F. M. , Pazarlama stratejilerinde ekolojik yaklaşımın müşterilerin marka algısıyla ilişkisi ve bir uygulama: Şekerbank Ekokredi Projesi, Yüksek Lisans, M.SEDEFÖĞLU(Öğrenci), 2011

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

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

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

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

ARSLAN F. M. , Niş pazarlama stratejisi ve organik ürünler pazarında bir araştırma, Yüksek Lisans, D.Semiz(Öğrenci), 2008

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

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

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

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

ARSLAN F. M. , Sponsorluğun markaya etkileri ve bir uygulama, Yüksek Lisans, G.MARMARA(Öğrenci), 2006

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

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

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

ARSLAN F. M. , Marka kişiliğinin tüketici algısına etkisi ve bir uygulama, Yüksek Lisans, E.YAVUZ(Öğrenci), 2004

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

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, cilt.28, sa.1, ss.227-259, 2010 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Kitap & Kitap Bölümleri

I. Influencer Pazarlama ve Markalama

ARSLAN F. M.

Masamızda Marka Sohbetleri 2, F. Müge Arslan, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ, İstanbul, ss.133-159, 2018

II. B2B Markets and Business Buying Behavior

ARSLAN F. M.

Principles of Marketing, Sevgi Ayşe Öztürk, Editör, T.C. ANADOLU UNIVERSITY PUBLICATION NO: 3805, Eskişehir, ss.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.

Masamızda Marka Sohbetleri 2, Fatma Müge Arslan, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, ss.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.

Benim Maaşımı Kim Ödüyor Müşteri, Sahavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayınları, İstanbul, ss.147-176, 2009

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

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

UZMANOĞLU M. S. , ARSLAN F. M.

EAFE 2019 Conference, Santiago de Compostela, İspanya, 2 - 05 Nisan 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 Temmuz 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, Türkiye, 26 - 29 Nisan 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, Türkiye, 27 - 29 Nisan 2017, ss.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, İngiltere, 12 - 15 Temmuz 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 Eylül 2013

Atıflar

Toplam Atıf Sayısı (WOS):3

h-indeksi (WOS):1