

Prof. FATMA MÜGE ARSLAN

Personal Information

Email: mugearslan@marmara.edu.tr

Education Information

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

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

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

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

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

Professional Experience

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

Advising Theses

ARSLAN F. M. , GLOBAL MARKALARDA MARKA DENEYİMİ VE MARKA İMAJININ TÜKETİCİ SADAKATİNE ETKİSİ: ZARA ÖRNEĞİ, Post Graduate, B.SEKMEN(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, Post Graduate, G.ÖZTÜRK(Student), 2017

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

ARSLAN F. M. , Marka aşkının marka sadakati ve ağızdan ağıza pazarlamaya etkisi: Pilot bir araştırma, Post Graduate, G.NİHAN(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. , Hizmet ortamının marka imajına ve satın alma niyetine etkisi: bir uygulama, Post Graduate, M.KARAKAŞOĞLU(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. , 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, Post Graduate, M.SEDEFOĞLU(Student), 2011

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

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

ARSLAN F. M. , Brand extensions: The role of brand familiarity, similarity and parent brand attitude in consumer evaluation, Post Graduate, G.ÖZÜPAK(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. , Impact of corporate image components on perceived price: A research in it sector, Post Graduate, F.BEHİYE(Student), 2008

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

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

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

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

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

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

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

ARSLAN F. M. , Marka ile rekabet gücü ilişkisi ve bir uygulama, Post Graduate, O.KARACA(Student), 2003

Articles Published in Journals That Entered SCI, SSCI and AHCI Indexes

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

ALTUNA O., ARSLAN F. M.

Athens Journal of Mediterranean Studies, vol.5, pp.121-136, 2019 (Journal Indexed in SSCI)

Articles Published in Other Journals

- **THE ROLE OF NOSTALGIAPRONENESS IN THE EFFECT OF BRAND IMAGE, CORPORATE IMAGE, BRAND TRUST AND CONSUMER INVOLVEMENT ON EMOTIONAL ATTACHMENT: GLOBAL VS. LOCAL BRAND**

ARSLAN F. M. , ALTUNA O.

Hacettepe University Journal of Economics and Administrative Sciences, vol.37, pp.215-240, 2019 (Refereed Journals of Other Institutions)

- **Analyzing Motivational Determinants of Shopping Addiction Tendency**

Kirezli O., ARSLAN F. M.

EGE ACADEMIC REVIEW, vol.19, pp.61-74, 2019 (Journal Indexed in ESCI)

- **Spor Ayakkabı Markalarına Yönelik Tüketici Algılarının Belirlenmesi**

KARA A., ARSLAN F. M.

Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, vol.18, pp.98-113, 2018 (Refereed Journals of Other Institutions)

- **The Effect of Relational Risk Perception on Supplier's Performance: An Empirical Study on Turkish Strategic Alliances**

Zoghi F. S. , ARSLAN F. M.

Review of Socio-Economic Perspectives, vol.2, pp.67-84, 2017 (Refereed Journals of Other Institutions)

- **Deniz Balığı Yetiştiriciliği Sektöründe Rekabet Algisi: Türkiye üzerine bir araştırma**

Uzmanoğlu M. S. , Arslan F. M.

Yunus Arastirma Bülteni, vol.17, pp.413-428, 2017 (Other Refereed National Journals)

- **IMPACT OF THE NUMBER OF SCALE POINTS ON DATA CHARACTERISTICS AND RESPONDENTS' EVALUATIONS: AN EXPERIMENTAL DESIGN APPROACH USING 5- POINT' AND 7-POINT LIKERT-TYPE SCALES**
Korkut Altuna O., ARSLAN F. M.
ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF FACULTY OF POLITICAL SCIENCES-SİYASAL BİLGİLER FAKULTESİ DERGİSİ, pp.1-20, 2016 (Journal Indexed in ESCI)
- **ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE MEMNUNİYET OLUŞTURAN UNSURLARIN SAPTANMASI MARMARA ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ İLE BİR ARAŞTIRMA**
Bakır N. O. , Arslan F. M. , Gegez A. E.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.38, pp.93, 2016 (International Refereed University Journal)
- **MAĞAZA HİZMET ORTAMININ MARKA İMAJINA VE SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ P B VE H M ÖRNEĞİ**
Karakışoğlu M., ARSLAN F. M.
Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, vol.12, pp.223-243, 2016 (Other Refereed National Journals)
- **Development of a Scale on e Consumers Attitudes towards Ethically Questionable Online Behaviors**
ALTUNA O., ARSLAN F. M. , GEGEZ A. E. , SİĞİRCİ Ö.
Boğaziçi Journal Review of Social, Economic and Administrative Studies, vol.30, pp.99-134, 2016 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Examining the Effect of Brand Experience on Consumer Satisfaction Brand Trust and Brand Loyalty**
Başer İ. U. , Cıntamur İ. G. , ARSLAN F. M.
Marmara Üniversitesi İİB Dergisi, vol.37, pp.101-128, 2015 (Other Refereed National Journals)
- **Üniversitelerin Pazarlanmasında Tutundurma Boyutu Kavramsal Bir İrdeleme**
YAVUZALP MARANGOZ A., ARSLAN F. M.
Torus Üniversitesi İktisadi, İdari, Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi, vol.2, pp.138-155, 2015 (Other Refereed National Journals)
- **Exploring Online Consumer Ethics Do Consumer Perceptions of E Ethics Change According to CAD Personalities**
ALTUNA O., ARSLAN F. M. , SİĞİRCİ Ö., GEGEZ A. E.
ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF FACULTY OF POLITICAL SCIENCES-SİYASAL BİLGİLER FAKULTESİ DERGİSİ, pp.73-96, 2014 (Other Refereed National Journals)
- **Popüler Türk Dizilerindeki Başrol Erkek Oyuncuların Marka Denklığı Boyutlarının Karşılaştırılması ve Tüketicinin Satın Alma Niyetine Etkileri Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**
ALTUNA O., ARSLAN F. M.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.36, pp.187-213, 2014 (Other Refereed National Journals)
- **Positioning of campuses in terms of satisfaction A research on Marmara University**
YALÇIN F. A. , ARSLAN F. M. , TEKTAŞ N., İŞGÖREN A. N. , ÖZYER Y., DEĞERLİ B., ACAR BÜYÜKPEHLİVAN G., ORAL B., KARABİYİK N., TÜM CEBECİ D., et al.
European Journal of Research on Education, pp.47-53, 2013 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Segmenting Women Fashion Magazine Readers Based on Reasons of Buying Fashion Involvement and Age A Study in the Turkish Market**
ALTUNA O., SİĞİRCİ Ö., ARSLAN F. M.
JOURNAL OF GLOBAL FASHION MARKETING, vol.4, pp.175-192, 2013 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Positioning of Campuses in Terms of Satisfaction: A Research on Marmara University**
YALÇIN F. A. , ARSLAN F. M. , TEKTAŞ N., İŞGÖREN A. N. , ÖZYER AKSOY Y., DEĞERLİ B., ACAR BÜYÜKPEHLİVAN G., ORAL B., KARABİYİK N., TÜM CEBECİ D., et al.
European Journal of Research on Education, pp.47-53, 2013 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Which Category to Extend To Product or Service**
ARSLAN F. M. , ALTUNA O.
Journal of Brand Management, vol.19, pp.359-376, 2012 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Tüketicilerin İlgilenim Düzeylerine Göre Alışveriş Merkezi Tüketicinin Alışveriş Davranışları İlgilenim ile Alışveriş Merkezlerini Tercih Etme Nedenlerinin Sadakate Etkisi**
Arslan F. M. , Bakır N. O.

Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, vol.28, pp.227-259, 2010 (National Refreed University Journal)

- **Tüketicilerin Alışveriş Merkezlerini Tercih Etme Nedenleri ve Sadakate Etkisi Üzerine Bir Araştırma**

Arslan F. M. , Bakır N. O.

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi, vol.8, pp.39-49, 2009 (National Refreed University Journal)

Book & Book Chapters

- **in: Masamızda Marka Sohbetleri 2**

ARSLAN F. M.

İnfluencer Pazarlama ve Markalama, F. Müge Arslan, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ, İstanbul, pp.133-159, 2018

- **in: Principles of Marketing**

ARSLAN F. M.

B2B Markets and Business Buying Behavior, Sevgi Ayşe Öztürk, Editor, T.C. ANADOLU UNIVERSITY PUBLICATION NO: 3805, Eskişehir, pp.134-159, 2018

- **in: Masamızda Marka Sohbetleri 2**

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.

Sembolik Bir İletişim Aracı Olarak Markalar, Fatma Müge Arslan, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, pp.235-259, 2018

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- **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

- **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

- **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

- **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

- **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

Citations

Total Citations (WOS):3

h-index (WOS):1