

Kişisel Bilgiler

E-posta: mugearslan@marmara.edu.tr

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

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 (Y) (Tezli), 1998 - 1999

Mesleki Deneyim

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Stratejik Marka Yönetimi (Y) (Tezsiz) (İö), 2010 - Devam Ediyor

Yönetilen Tezler

ARSLAN F. M. , GLOBAL MARKALARDA MARKA DENEYİMİ VE MARKA İMAJININ TÜKETİCİ SADAKATİNE ETKİSİ: ZARA ÖRNEĞİ, Yüksek Lisans, B.SEKMEN(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. , 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. , Tüketicilerde alışveriş bağımlılığı eğilimini belirleyen faktörlerin kişisel, nedensel ve durumsal boyutlarıyla incelenmesi, Doktora, Ö.KİREZLİ(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. , Alıcı firma tarafından algılanan ilişki riskin tedarikçi firma performansı üzerine etkisi ve bir araştırma, Doktora, F.SOLEİMANI(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. , Pazarlama stratejilerinde ekolojik yaklaşımın müşterilerin marka algısıyla ilişkisi ve bir uygulama: Şekerbank Ekokredi Projesi, Yüksek Lisans, M.SEDEFOĞLU(Öğrenci), 2011
- ARSLAN F. M. , Tüketicilerin marka deneyimi algısının marka güveni, tatmini, sadakati üzerindeki etkisi ve bir araştırma, Doktora, İ.UĞUR(Öğrenci), 2011
- 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. , Perakende sektöründe mağaza imajı ve mağaza sadakati incelenmesi: İstanbul'daki kafe zincirlerinde bir uygulama, Doktora, F.BALYEMEZ(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. , Endüstriyel pazarlarda aracılar 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. , 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.EMİRALIOĞLU(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
- ARSLAN F. M. , Marka ile rekabet gücü ilişkisi ve bir uygulama, Yüksek Lisans, O.KARACA(Öğrenci), 2003

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

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

ALTUNA O., ARSLAN F. M.

Athens Journal of Mediterranean Studies, cilt.5, ss.121-136, 2019 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- **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, cilt.37, ss.215-240, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

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

Kirezli O., ARSLAN F. M.

EGE ACADEMIC REVIEW, cilt.19, ss.61-74, 2019 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)

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

KARA A., ARSLAN F. M.

Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.18, ss.98-113, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- **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, cilt.2, ss.67-84, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

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

Uzmanoğlu M. S. , Arslan F. M.

Yunus Arastirma Bülteni, cilt.17, ss.413-428, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- **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 BILGILER FAKULTESİ DERGİSİ, ss.1-20, 2016 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- **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, cilt.38, ss.93, 2016 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **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, cilt.12, ss.223-243, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Development of a Scale on e Consumers Attitudes towards Ethically Questionable Online Behaviors**
ALTUNA O., ARSLAN F. M. , GEGEZ A. E. , SIĞIRCI Ö.
Boğaziçi Journal Review of Social, Economic and Administrative Studies, cilt.30, ss.99-134, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Examining the Effect of Brand Experience on Consumer Satisfaction Brand Trust and Brand Loyalty**
Başer İ. U. , Cintamür İ. G. , ARSLAN F. M.
Marmara Üniversitesi İİB Dergisi, cilt.37, ss.101-128, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Üniversitelerin Pazarlanmasında Tutundurma Boyutu Kavramsal Bir İrdeleme**
YAVUZALP MARANGOZ A., ARSLAN F. M.
Toros Üniversitesi İktisadi, İdari, Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.2, ss.138-155, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Exploring Online Consumer Ethics Do Consumer Perceptions of E Ethics Change According to CAD Personalities**
ALTUNA O., ARSLAN F. M. , SIĞIRCI Ö., GEGEZ A. E.
ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF FACULTY OF POLITICAL SCIENCES-SİYASAL BILGILER FAKULTESİ DERGİSİ, ss.73-96, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **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, cilt.36, ss.187-213, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **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., KARABYIK N., TÜM CEBECİ D., et al.
European Journal of Research on Education, ss.47-53, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Segmenting Women Fashion Magazine Readers Based on Reasons of Buying Fashion Involvement and Age A Study in the Turkish Market**
ALTUNA O., SIĞIRCI Ö., ARSLAN F. M.
JOURNAL OF GLOBAL FASHION MARKETING, cilt.4, ss.175-192, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **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., KARABYIK N., TÜM CEBECİ D., et al.
European Journal of Research on Education, ss.47-53, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Which Category to Extend To Product or Service**
ARSLAN F. M. , ALTUNA O.
Journal of Brand Management, cilt.19, ss.359-376, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Tüketicilerin İlgi Düzeylerine Göre Alışveriş Merkezi Tüketicinin Alışveriş Davranışları İlgi ile Alışveriş Merkezlerini Tercih Etme Nedenlerinin Sadakate Etkisi**
Arslan F. M. , Bakır N. O.

Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, cilt.28, ss.227-259, 2010 (Hakemli Üniversite Dergisi)

- **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, cilt.8, ss.39-49, 2009 (Hakemli Üniversite Dergisi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- **Masamızda Marka Sohbetleri 2**

ARSLAN F. M.

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

- **Principles of Marketing**

ARSLAN F. M.

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

- **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, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, ss.235-259, 2018

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- **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

- **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

- **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

- **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

- **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

Atıflar

Toplam Atf Sayısı (WOS):3

h-indeksi (WOS):1