

## Assoc. Prof. SİBEL AYDOĞAN

### Personal Information

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

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

### International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-4870-1901

Yoksis Researcher ID: 139690

### Education Information

Doctorate, Marmara University, Institute of Social Sciences, Pazarlama (Dr), Turkey 2005 - 2012

Postgraduate, Marmara University, Institute of Social Sciences, Yönetim Ve Organizasyon (YI) (Tezli), Turkey 2001 - 2005

Undergraduate, Girne American University, Siyaset Bilimi Ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, Cyprus (Kkctc) 1994 - 2000

### Foreign Languages

English, C2 Mastery

### Dissertations

Doctorate, Tüketici Etnosentrizmi ve Ülke Menşei Etkisinin Tüketicilerin Yabancı Markalı Ürün Tercihi ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi, Marmara Üniversitesi, Institute of Social Sciences, Pazarlama (Dr), 2012

Postgraduate, Sosyal Sorumluluk Anlayışında İş Ahlakının Rolü ve Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi, Institute of Social Sciences, Yönetim Ve Organizasyon (YI) (Tezli), 2005

### Research Areas

Social Sciences and Humanities

### Academic Titles / Tasks

Assistant Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2019 - Continues

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

Research Assistant, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2003 - 2012

### Articles Published in Other Journals

1. WHO IS ENGAGED IN E-WOM? ROLE OF E-LOYALTY,DEMOGRAPHICS, VISIT FREQUENCY AND PRODUCT CATEGORY  
AYDOĞAN S., AKTAN M.

- Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.12, no.24, pp.207-233, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ VE ÜLKE MENŞEİ ETKİSİNİN YABANCIMARKALI ÜRÜN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ**  
AYDOĞAN S.  
Beykoz Akademi Dergisi, vol.7, no.1, pp.89-122, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Innovative Consumers of The Digital Age: Opinion Seeking on Instagram**  
AYDOĞAN S., AYAR B.  
Business Management Studies: An International Journal, vol.7, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **YEŞİL ÜRÜN SATIN ALMADA YEŞİL REKLAM ve ÇEVRE BİLİNCİNİN ETKİSİ**  
AYDOĞAN S., Dinar N.  
Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi-The Journal of Academic Social Science, vol.7, no.90, pp.229-252, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Marka Performansının Rekabet Gücüne Etkisi: Ulusal ve Uluslararası Birleşme ve Satın Almalar Açısından Bir Değerlendirme**  
ERDİL T. S., AYDOĞAN S., AYAR B.  
Öneri Dergisi, vol.14, pp.164-189, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **TÜKETİCİLERİN FOURSQUARE VEYA SWARM UYGULAMALARINI KULLANARAK YER BİLDİRİMİ YAPMA DAVRANIŞLARININ, MARKA TUTUMUNA VE SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ**  
Bakır N. O., Aydoğın S.  
Beykoz Akademi Dergisi, vol.6, no.2, pp.90-110, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **İnovasyon Performansının Rekabet Gücü, Firma Performansı ve İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Birleşme ve Satın Alma İşlemleri Üzerine Bir Araştırma**  
Erdil T. S., Aydoğın S., Ayar B.  
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.40, pp.137-166, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **THE IMPACT OF MOBILE APPLICATIONS ON PURCHASING BEHAVIOR A QUALITATIVE RESEARCH ON THE GENERATION Y**  
AYDOĞAN S., EROĞLU PEKTAŞ G. Ö.  
THE JOURNAL OF ACADEMIC SOCIAL SCIENCE-ASOS JOURNAL, vol.6, no.82, pp.363-378, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Web Advertising Value and Students Attitude Towards Web Advertising**  
AKTAN M., AYDOĞAN S., AYSUNA C.  
European Journal of Business and Management, vol.8, pp.86-97, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **TÜRKİYE DE FAALİYET HALİNDEKİ ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN İNCELENMESİ**  
Bakır N. O., Aydoğın S.  
AKADEMİK SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ, vol.4, no.26, pp.302-326, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **An Assessment of the Relationship Between Organizational Culture and Reputation The Example of Hospital Management**  
İŞCİ E., AYDOĞAN S., Koca Y.  
The Journal of American Academy of Business, Cambridge, vol.21, no.2, pp.229-238, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Türkiye de Faaliyet Halindeki Alışveriş Merkezlerinin İncelenmesi**  
BAKIR N. O., AYDOĞAN S.  
The Journal of Academic Social Science-Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, vol.4, no.26, pp.302-326, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **An Assessment of the Relationship Between Organizational Culture and Organizational Reputation The Example of Hospital Management**  
İŞCİ E., AYDOĞAN S., KOCA Y.  
The Journal of American Academy of Business, Cambridge, vol.21, pp.229-239, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **Perakendeci Mağaza Özelliklerinin Tüketicilerin Perakendeci Markasına Karşı Tutumları ve Satın Alma Niyetleri Üzerindeki Etkisi**  
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., AYDOĞAN S., GÜRDAL S.  
Öneri Dergisi, vol.12, pp.287-305, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

## Books & Book Chapters

- I. **Spor Mağazacılığında Hizmet Kalitesi ve Marka Sadakati İlişkisi**  
Bakır N. O., Aydoğan S.  
Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 2021
- II. **Opinion Leaders of Digital Era and Their Effects on Consumer Behavior**  
AYDOĞAN S., TÜRK Z., YONTAR E., DERSE O., EMİNAĞAOĞLU M., ÇANKAYA M.  
in: CURRENT MARKETING AND PRODUCTION STUDIES, Selçuk Çolak, Mehmet Ali Burak Nakıboğlu, Editor,  
Akademisyen Yayınevi, Ankara, pp.67-93, 2020
- III. **Kişisel Satış ve Satış Geliştirme**  
Bakır N. O., Aydoğan S.  
in: Pazarlama İlkeleri, Prof.Dr. A. Ercan GEGEZ, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, pp.476-507, 2018
- IV. **Kişisel Marka**  
AYDOĞAN S.  
in: Masamızda Marka Sohbetleri 2, F. MÜGE ARSLAN, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, pp.289-311,  
2018
- V. **Sosyal Medya'dan Sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi'ne**  
AYDOĞAN S.  
in: 21. Yüzyılda Pazarlama ve Yönetim Sezgileri, Emine Çobanoğlu, F.Zeynep Bilgin, Sahavet Gürdal, Editor, Detay  
Yayıncılık, İstanbul, pp.149-163, 2013
- VI. **Müşteri Tanımları ve Müşteri Çeşitleri**  
AYDOĞAN S.  
in: Benim Maaşımı Kim Ödüyor? Müşteri, Sahavet Gürdal, Editor, Yaprak Yayınları, İstanbul, pp.114-146, 2009
- VII. **Müşteri Tanımları ve Müşteri Çeşitleri**  
AYSUNA C., GÜRSOY H., AYDOĞAN S.  
in: Benim Maaşımı Kim Ödüyor Müşteri, Sahavet Gürdal, Editor, Yaprak Yayıncılık, İstanbul, pp.117-146, 2009

## Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Effect of Brand and Market Performance on Competitiveness in Mergers and Acquisitions**  
ERDİL T. S., AYDOĞAN S., AYAR B.  
14th International Strategic Management Conference, Prag, Czech Republic, 12 - 14 July 2018, pp.44-58
- II. **MARKA PERFORMANSININ REKABET GÜCÜNE ETKİSİ: ULUSAL ve ULUSLARARASI BİRLEŞME ve SATIN ALMALAR AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME**  
ERDİL T. S., AYDOĞAN S., AYAR B., GÜVENDİK Ö., DİLER S., GUSİNAC K.  
23. Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Turkey, 27 - 29 June 2018, pp.233-258
- III. **Marka Performansının Rekabet Gücüne Etkisi: Ulusal ve Uluslararası Birleşme ve Satın Almalar Açısından Bir Değerlendirme**  
ERDİL T. S., AYDOĞAN S., AYAR B.  
23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Turkey, 27 June 2018 - 29 June 2019, pp.233-258
- IV. **Foursquare ve Swarm Uygulamalarını Kullanarak Yer Bildirimi (Check-In) Yapma Davranışı ile Markalara/Mekanlara Karşı Tutum Ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**  
Bakır N. O., Aydoğan S.  
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Turkey, 10 - 13 June 2015, vol.1, pp.195-210
- V. **Tüketicilerin Foursquare veya Swarm Uygulamalarını Kullanarak Yer Bildirimi Yapma Davranışları Marka Tutumuna ve Satın Alma Davranışına Etkisi**  
Bakır N. O., Aydoğan S.  
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Turkey, 10 - 13 June 2015, vol.1, pp.195-210
- VI. **The Relationship Between Religious Orientation and Country Reputation**  
AYDOĞAN S., AYSUNA C.

17th International Conference on Economic, Financial, Marketing and Management Perspectives, Dubai, United Arab Emirates, 26 - 27 February 2015, pp.1598-1607

**VII. WHO IS MORE CONCERNED WITH MARKETING ETHICS? A STUDY OF MARKETING AND NON-MARKETING STUDENTS**

AYDOĞAN S., AKTAN M., Terrence H. W., BAKIR N. O.

Marketing Educators' Association Conference, California, United States Of America, 24 - 26 April 2014, pp.34-42

**VIII. ARÇELİK VE BEKO MARKALARI FARKLI MI? MARKA KİŞİLİKLERİ AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME**  
AYDOĞAN S., BAKIR N. O., AKTAN M.

18. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kars, Turkey, 19 - 22 June 2013, pp.239-255

**IX. Arçelik ve Beko Markaları Farklı Mı? Marka Kişilikleri Açısından Bir Değerlendirme**

Aydoğan S., Bakır N. O., Aktan M.

18. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kars, Turkey, 19 - 22 June 2013, pp.239-255

**X. Bireysel Kültürün Pazarlama Etiği Algısı Üzerine Etkisi: Pazarlama Eğitimi Alan ve Diğer İşletme Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**

AYDOĞAN S., AKTAN M.

17. Ulusal Pazarlama Kongresi, Balıkesir, Turkey, 18 - 21 October 2012, pp.493-507

**XI. Factors Affecting Attitude Toward Private Labels A Pilot Study Between Turkey and Germany**

AYDOĞAN S., AYSUNA C., GÜRDAL S.

Proceedings of The Twenty First World Business Congress, IMDA", Helsinki, Finland, 4 - 08 July 2012, pp.122-129

## **Supported Projects**

Ayar B., Aydoğan S., Erdil T. S., Project Supported by Higher Education Institutions, 159/5000 Investigation of the Effect of Local or International Mergers and Acquisitions on Brand Performance, Market Performance and Competitiveness in Turkish Businesses, 2017 - 2019

## **Metrics**

Publication: 32

## **Non Academic Experience**

California State University - Long Beach