

## Doç. Dr. SİBEL AYDOĞAN

### Kişisel Bilgiler

E-posta: saydogan@marmara.edu.tr

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

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-4870-1901

Yoksis Araştırmacı ID: 139690

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (Dr), Türkiye 2005 - 2012

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim Ve Organizasyon (YI) (Tezli), Türkiye 2001 - 2005

Lisans, Girne Amerikan Üniversitesi, Siyaset Bilimi Ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, Kıbrıs (Kktc) 1994 - 2000

### Yabancı Diller

İngilizce, C2 Ustalık

### Yaptığı Tezler

Doktora, Tüketici Etnosentrizmi ve Ülke Menşei Etkisinin Tüketicilerin Yabancı Markalı Ürün Tercih ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (Dr), 2012

Yüksek Lisans, Sosyal Sorumluluk Anlayışında İş Ahlakının Rolü ve Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim Ve Organizasyon (YI) (Tezli), 2005

### Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler

### Akademik Unvanlar / Görevler

Dr. Öğr. Üyesi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2019 - Devam Ediyor

Öğretim Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - Devam Ediyor

Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2003 - 2012

### Diğer Dergilerde Yayımlanan Makaleler

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, cilt.12, sa.24, ss.207-233, 2019 (Hakemli Dergi)

- II. **TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ VE ÜLKE MENŞEİ ETKİSİNİN YABANCIMARKALI ÜRÜN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ**  
AYDOĞAN S.  
Beykoz Akademi Dergisi, cilt.7, sa.1, ss.89-122, 2019 (Hakemli Dergi)
- III. **Innovative Consumers of The Digital Age: Opinion Seeking on Instagram**  
AYDOĞAN S., AYAR B.  
Business Management Studies: An International Journal, cilt.7, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.7, sa.90, ss.229-252, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.14, ss.164-189, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.6, sa.2, ss.90-110, 2018 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.40, ss.137-166, 2018 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.6, sa.82, ss.363-378, 2018 (Hakemli Dergi)
- IX. **Web Advertising Value and Students Attitude Towards Web Advertising**  
AKTAN M., AYDOĞAN S., AYSUNA C.  
European Journal of Business and Management, cilt.8, ss.86-97, 2016 (Hakemli Dergi)
- X. **TÜRKİYE DE FAALİYET HALİNDEKİ ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN İNCELENMESİ**  
Bakır N. O., Aydoğın S.  
AKADEMİK SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ, cilt.4, sa.26, ss.302-326, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.21, sa.2, ss.229-238, 2016 (Hakemli Dergi)
- XII. **Türkiye de Faaliyet Halindeki Alışveriş Merkezlerinin İncelenmesi**  
BAKIR N. O., AYDOĞAN S.  
The Journal of Academic Social Science-Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.4, sa.26, ss.302-326, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.21, ss.229-239, 2016 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Perakendeci Mağaza Özelliklerinin Tüketicilerin Perakendeci Markasına Karşı Tutumları ve Satın Alma Niyetleri Üzerindeki Etkisi**  
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., AYDOĞAN S., GÜRDAL S.  
Öneri Dergisi, cilt.12, ss.287-305, 2016 (Hakemli Dergi)

## Kitap & Kitap Bölümleri

- 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.  
CURRENT MARKETING AND PRODUCTION STUDIES, Selçuk Çolak, Mehmet Ali Burak Nakıboğlu, Editör,  
Akademisyen Yayınevi, Ankara, ss.67-93, 2020
- III. **Kişisel Satış ve Satış Geliştirme**  
Bakır N. O., Aydoğan S.  
Pazarlama İlkeleri, Prof.Dr. A. Ercan GEGEZ, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, ss.476-507, 2018
- IV. **Kişisel Marka**  
AYDOĞAN S.  
Masamızda Marka Sohbetleri 2, F. MÜGE ARSLAN, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, ss.289-311, 2018
- V. **Sosyal Medya'dan Sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi'ne**  
AYDOĞAN S.  
21. Yüzyılda Pazarlama ve Yönetim Sezgileri, Emine Çobanoğlu, F.Zeynep Bilgin, Sahavet Gürdal, Editör, Detay Yayıncılık, İstanbul, ss.149-163, 2013
- VI. **Müşteri Tanımları ve Müşteri Çeşitleri**  
AYDOĞAN S.  
Benim Maaşımı Kim Ödüyor? Müşteri, Sahavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayınları, İstanbul, ss.114-146, 2009
- VII. **Müşteri Tanımları ve Müşteri Çeşitleri**  
AYSUNA C., GÜRSOY H., AYDOĞAN S.  
Benim Maaşımı Kim Ödüyor Müşteri, Sahavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayıncılık, İstanbul, ss.117-146, 2009

## Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- 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, Çek Cumhuriyeti, 12 - 14 Temmuz 2018, ss.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, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018, ss.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, Türkiye, 27 Haziran 2018 - 29 Haziran 2019, ss.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, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, cilt.1, ss.195-210
- V. **Tüketicilerin Foursquare veya Swarm Uygulamalarını Kullanarak Yer Bildirimi Yapma Davranışları Marka Tutumuna ve Satınalma Davranışına Etkisi**  
Bakır N. O., Aydoğan S.  
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, cilt.1, ss.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, Birleşik

Arap Emirlikleri, 26 - 27 Şubat 2015, ss.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, Amerika Birleşik Devletleri, 24 - 26 Nisan 2014, ss.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, Türkiye, 19 - 22 Haziran 2013, ss.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, Türkiye, 19 - 22 Haziran 2013, ss.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, Türkiye, 18 - 21 Ekim 2012, ss.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, Finlandiya, 4 - 08 Temmuz 2012, ss.122-129

## **Desteklenen Projeler**

Ayar B., Aydoğan S., Erdil T. S., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Türk İşletmelerinde Yerel Ya Da Uluslararası Birleşme Ve Satınalmalarının Marka Performansı, Pazar Performansı Ve Rekabet Gücü Üzerine Etkisinin Araştırılması, 2017 - 2019

## **Metrikler**

Yayın: 32

## **Akademi Dışı Deneyim**

California State University - Long Beach