

Doç. Dr. SELDA ENE

Kişisel Bilgiler

E-posta: seldaene@marmara.edu.tr

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

Posta Adresi: Anadolu Hisarı Kampüsü, Beykoz/ İstanbul

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: GadLEFIAAAAJ

ORCID: 0000-0001-5205-843X

ScopusID: 56004992300

Yoksis Araştırmacı ID: 199884

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Türkiye 2003 - 2007

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1995 - 2002

Lisans, İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü, Türkiye 1988 - 1993

Yabancı Diller

İngilizce, C2 Ustalık

Sertifika, Kurs ve Eğitimler

Diğer, Turkcell Perakende ve Mağaza Yönetimi, Turkcell , 2018

Yaptığı Tezler

Doktora, İnternet üzerinden alışverişte tüketici davranışlarını etkileyen faktörler: Güdülenme üzerine bir uygulama, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI), 2007

Yüksek Lisans, Elektronik ticarete tüketici korunması ve bir uygulama, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2002

Araştırma Alanları

Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, 2002 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

Yüksek Lisans

Tüketici Davranışları, Yüksek Lisans, 2020 - 2021

Ön Lisans

Elektronik Pazarlama, Ön Lisans, 2019 - 2020

Satış Yönetimi, Ön Lisans, 2019 - 2020

Pazarlamada Yeni Trendler, Ön Lisans, 2019 - 2020

Satış Saha Yönetimi, Ön Lisans, 2019 - 2020

Perakende Yönetimi, Ön Lisans, 2019 - 2020

Pazarlama İlkeleri, Ön Lisans, 2019 - 2020

Dağıtım Kanalları Yönetimi, Ön Lisans, 2019 - 2020

Yönetilen Tezler

Ene S., İNTERNET ÜZERİNDEN MARKA İMAJI OLUŞTURMADA REKLAMLARIN ROLÜ VE BİR ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans, C.TAHMAZOVA(Öğrenci), 2021

ENE S., Elektronik ticaret ve sosyal ticaret ortamlarından alışveriş yapan tüketicilerin risk algısı, Yüksek Lisans, A.Orun(Öğrenci), 2017

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. Sports Shopping Motivations in Retail Stores: A Moderating Role of Sports Psychology

ENE S., ÖZKAYA B.

Revista de Psicologia del Deporte, cilt.31, sa.3, ss.111-123, 2022 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. ÇEVİRİM İÇİ ORTAMDA YAŞANAN MÜŞTERİ ŞİKÂyetLERİNİN TEKRAR EDEN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

ENE S., ÖZKAYA B.

İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.9, sa.2, ss.54-81, 2024 (Hakemli Dergi)

II. Çevrim içi Ortamda Yaşanan Müşteri Şikayetleri İle Tekrar Eden Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma

Ene S., Özkaya B.

İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.9, sa.2, 2024 (Hakemli Dergi)

III. Çevrim İçi Ortamda Yaşanan Müşteri Şikâyetlerinin Tekrar Eden Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma

Ene S., Özkaya B.

İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.9, sa.2, ss.54-81, 2024 (Hakemli Dergi)

IV. SOSYAL MEDYA REKLAMCILIĞININ GELİŞİMİ VE ÖRNEK UYGULAMALAR

KARAKÖSE S., ENE S.

İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.0, sa.36, ss.26-49, 2023 (Hakemli Dergi)

V. A Research on Consumer Perceptions Towards Packaging in the Shopping Process

Ene S., Özkaya B.

ÖNERİ, cilt.13, sa.50, ss.1-15, 2018 (Hakemli Dergi)

VI. Dijital Ortamda Tüketicilerin Faydacı ve Deneyimsel Alışveriş Davranışları Üzerine Bir Araştırma

ENE S.

İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, ss.52-68, 2017 (Hakemli Dergi)

VII. A Study Regarding the Relationship between the Consumer Expectations Regarding Packaging and

Brand Awareness

Ene S., Özkaya B.

INTERNATIONAL BUSINESS RESEARCH, cilt.9, sa.6, ss.102-111, 2016 (Hakemli Dergi)

- VIII. **Elektronic Commerce in the World and in Turkey: A Survey of the Online Shopping Sites in Turkey**
ÇELİK N., ENE S.
Social Sciences and Humanities Journal (SSHJ), cilt.1, ss.39-49, 2016 (Hakemli Dergi)
- IX. **The Role of Mobile Advertising on Consumers'xx Purchase Decisions: A Research on Consumer Attitudes Towards Mobile Advertising**
ENE S., ÖZKAYA B.
International Journal of Humanities and Social Science (IJHSS), cilt.5, ss.235-248, 2015 (Hakemli Dergi)
- X. **A Study on Corporate Image, Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Context of Retail Stores**
Ene S., Özkaya B.
Asian Social Science, cilt.10, sa.14, ss.52-66, 2014 (Scopus)
- XI. **İçsel Pazarlamaya Yönelik Olarak Çalışanların Pazarlama Kültürünün Oluşturulmasının İşletme Performansını Arttırmadaki Rolü**
ENE S.
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, cilt.5, ss.67-90, 2013 (Hakemli Dergi)
- XII. **A Study Regarding the Attitudes that are Effective on the Price Perception Consumers that Shop from the Retail Stores**
Ene S., Özkaya B.
MEDITERRANEAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES, cilt.4, sa.11, ss.451-462, 2013 (Scopus)
- XIII. **Analysis of Corporate Web Sites as a Public Relations Tool, with Regards to Knowledge Management Process**
ÖZKAYA B., ENE S.
Academic Journal of Interdisciplinary Studies, cilt.2, sa.8, ss.69-81, 2013 (Scopus)
- XIV. **Online Ortada Kurumsal Marka İmajının Marka Sadakati ile İlişkisi Üzerine Bir Uygulama**
YALÇIN F. A., ENE S.
İktisadi İdari Bilimler Dergisi, cilt.34, ss.113-134, 2013 (Hakemli Dergi)
- XV. **Sanal Ortamda Kullanıcı Deneyimlerini Olumlu Yönde Etkileyecek Kişiselleştirme Uygulamaları**
ENE S.
İletişim Çalışmaları Dergisi/ Journal of Communication Studies, ss.94-112, 2011 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Eğitim Kurumlarında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Bir Özel İlköğretim Okulunda Uygulama**
ENE S., TATAR A.
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, cilt.9, ss.99-108, 2010 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Sanal Sigorta Pazarlamasının Türkiye'deki Gelişimi ve Bugünkü Durumu Üzerine**
UYDACI M., ENE S.
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, cilt.6, ss.97-113, 2005 (Hakemli Dergi)

Kitaplar

- I. **Çevik Pazarlama ve Örnek Uygulamalar**
Ene S.
Cinius Yayınları, İstanbul, 2020
- II. **Dağıtım Kanalları**
Ene S.
Pazarlama, Serpil Ünal Kestane, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, ss.191-232, 2020
- III. **"Glocal Marketing Applications to Create A Successful Brand Awareness in Cross Cultural Marketing A Case Study Application"**
ENE S., Battal S.
Economic and Administrative Sciences, AYBAK 2019 / II (September)): Marketing, Turgut ÇÜRÜK, Editör,

Akademisyen Yayınevi, Ankara, ss.111-126, 2019

IV. Yeni Nesil Akıllı Teknolojiler Kapsamında Nesnelerin İnterneti Teknolojisi ve Perakende Sektöründeki Uygulamaların Örnek Olay Kapsamında İncelenmesi

ENE S.

İktisadi ve İdari Bilimler, AYBAK 2019 / II (Eylül): Pazarlama Araştırmaları II, Burak NAKİBOĞLU, Editör, Akademisyen Yayınevi, Ankara, ss.181-199, 2019

V. A Research on the Role of Opinion Leaders and Opinion Seekers for Forming a Brand Consciousness in Technology Products Shopping

ENE S.

Sosyal Bilimlerde Güncel Akademik Çalışmalar, Burak Eryılmaz, Kurtuluş Özlü, Yusuf Bahadır Keskin, Cem Yüçetürk, Editör, Gece Kitaplığı, Ankara, ss.1001-1018, 2018

VI. Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması

ENE S.

İstanbul: Pusula Yayınevi, İstanbul, 2002

Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler

I. Yeşil Pazarlamama Stratejisinin Kullanıldığı Reklamların Göstergibilimsel Çözümlemesi: REI Co-op Markası Örneği

Özdel G., Özkaya B., Ene S.

I. Ulusal Marka Yönetimi Kongresi, İstanbul, Türkiye, 25 Nisan 2024, ss.139-179, (Tam Metin Bildiri)

II. A Study Regarding the Relationship Between the Consumer Expectations Regarding Packaging and Brand Awareness

ENE S., ÖZKAYA B.

IX. European Conference on Social and Behavioral Sciences, IASSR- International Association of Social Science Research, Paris, Fransa, 3 - 06 Şubat 2016, (Özet Bildiri)

III. A Survey About Relationship Between Costumer Attitudes Towards Packaging with Innovation Expectations and Purchasing Frequency of Consumers Shopping From Retail Stores

Ene S., Özkaya B., Yurdakul E.

IX. European Conference on Social and Behavioral Sciences, IASSR- International Association of Social Science Research, Paris, Fransa, 3 - 06 Şubat 2016, ss.120, (Özet Bildiri)

IV. Dijital Ortamda Tüketicilerin Alışveriş Davranışları: Faydacı ve Deneysel Tüketici Tutumları Üzeine Bir Araştırma

ENE S.

Dıgital Communication Impact, 16 - 17 Ekim 2014, (Tam Metin Bildiri)

V. Analysis of Corporate Web Sites as a Public Relations Tool, with Regards to Knowledge Management Process

Özkaya B., Ene S.

3. International Conference on Human and Social Sciences (ICHSS 2013), Rome, İtalya, 20 - 22 Eylül 2013, cilt.2, sa.8, ss.69-81, (Tam Metin Bildiri)

VI. Kurum Yönetiminin Performansına Olumlu Yönde Etki Edecek Kurum Kültürünün Oluşturulması ve Üniversitelerin Online Ortamda Kurum Kültürlerinin İncelenmesi

YALÇIN F. A., ENE S.

4. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Manisa, Türkiye, 2 - 04 Mayıs 2012, ss.175-186, (Tam Metin Bildiri)

VII. Dinamik Girişimcilikte Yenilikçilik Anlayışı: Online Ortamda Kullanıcıların Yeniliklere Bakış Açıkları ile İlgili Uygulama

ÇELİK N., ENE S., DEĞERLİ B.

4. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Manisa, Türkiye, 2 - 04 Mayıs 2012, ss.467-478, (Tam Metin Bildiri)

VIII. Elements Of Online Store Atmospherics And Investigation On Web Sites

ENE S., DEĞERLİ B.

Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim 2. Uluslararası Konferansı, İstanbul, Türkiye, 28 - 30 Nisan 2010, ss.126-132, (Tam Metin Bildiri)

IX. İnternet Ortamında Faaliyette Bulunan İşletmelerin Tüketicilere Sundukları Web Deneyimlerinin İncelenmesi

YALÇIN F. A., ENE S.

3. İstanbul Bilişim Kongresi, "Yönetişim" Etkinlik Programı, İstanbul, Türkiye, 29 - 31 Mayıs 2009, ss.173-183, (Tam Metin Bildiri)

X. Rekabet Ortamında Başarı Sağlamak İsteyen On-Line İşletmelerde Bilgi Yönetimi Yapısının İncelenmesi

YALÇIN F. A., ENE S.

", 2. İstanbul Bilişim Kongresi: Kurumsal Yazılım 2008 "Bütünleşim" Etkinlik Programı, İstanbul, Türkiye, 3 - 04 Haziran 2008, ss.241-254, (Tam Metin Bildiri)

XI. İnternetin Girişimciliğe Sunduğu Fırsatlar ve İnternette Başarılı Bireysel Girişimcilik İçin Marka Yaratma Yollarının İncelenmesi ile İlgili Örnek Olay

YALÇIN F. A., ENE S.

Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Bishkek, Kırgızistan, 25 - 27 Mayıs 2006, cilt.11, ss.118-129, (Tam Metin Bildiri)

XII. Collobration in Supply Chain Management and an Assesment of Collobration in Turkish Chain Store

Develi E. İ., Balyemez F., Jular J. S., ENE S., Bulut Y., Aydoğan A., TATAR A., Çakır A., Kaçaganova E., Göç Ö., et al. International Logistic Congress, 2 - 03 Aralık 2004, (Tam Metin Bildiri)

XIII. Türkiye'deki İşletmeler Arası E-Ticaret Uygulamalarının Sağladığı Avantajlar ve Dezavantajlar Üzerine Bir Araştırma

UYDACI M., ENE S.

8. Ulusal Pazarlama Kongresi, "Konjonktürel Pazarlama", Kayseri, Türkiye, 16 - 19 Ekim 2003, ss.37-46, (Tam Metin Bildiri)

Metrikler

Yayın: 40

Atıf (Scopus): 21

H-İndeks (Scopus): 1

Akademi Dışı Deneyim

Kazancı Holding / Aksa Jeneratör San. Tic. A.Ş., Satış Mühendisliği

Şahinler Holding / Üretim Organizasyon Böl., Üretim Denetim Uzmanı