

## Assoc. Prof. SELDA ENE

### Personal Information

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

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

**Address:** Anadolu Hisarı Kampüsü, Beykoz/ İstanbul

### Education Information

Doctorate, Marmara University, Institute Of Social Sciences, Department Of Business Administration, Turkey 2003 - 2007

Post Graduate, Marmara University, Faculty Of Business Administration, Business Administration, Turkey 1995 - 2002

Under Graduate, İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü, Turkey 1988 - 1993

### Foreign Languages

English, C2 Proficiency

### Certificates, Courses and Trainings

Other, Turkcell Perakende ve Mağaza Yönetimi, Turkcell , 2018

### Dissertations

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

Post Graduate, Elektronik ticarete tüketici korunması ve bir uygulama, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2002

### Research Areas

Marketing

### Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Marmara University, Vocational School Of Social Sciences, Marketing And Advertising, 2002 - Continues

### Courses

Elektronik Pazarlama, Associate Degree, 2019 - 2020

Satış Yönetimi, Associate Degree, 2019 - 2020

Tüketici Davranışları, Post Graduate, 2020 - 2021

Pazarlamada Yeni Trendler, Associate Degree, 2019 - 2020  
Satış Saha Yönetimi, Associate Degree, 2019 - 2020  
Perakende Yönetimi, Associate Degree, 2019 - 2020  
Pazarlama İlkeleri, Associate Degree, 2019 - 2020  
Dağıtım Kanalları Yönetimi, Associate Degree, 2019 - 2020

## Advising Theses

Ene S., İNTERNET ÜZERİNDEN MARKA İMAJI OLUŞTURMADA REKLAMLARIN ROLÜ VE BİR ARAŞTIRMA, Post Graduate, C.TAHMAZOVA(Student), 2021

ENE S., Elektronik ticaret ve sosyal ticaret ortamlarından alışveriş yapan tüketicilerin risk algısı, Post Graduate, A.Orun(Student), 2017

## Articles Published in Other Journals

- I. **A Research on Consumer Perceptions Towards Packaging in the Shopping Process**  
Ene S., Özkaya B.  
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, vol.13, no.50, pp.1-15, 2018 (International Refereed University Journal)
- II. **Dijital Ortamda Tüketicilerin Faydacı ve Deneysel Alışveriş Davranışları Üzerine Bir Araştırma**  
ENE S.  
İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, pp.52-68, 2017 (Refereed Journals of Other Institutions)
- III. **A Study Regarding the Relationship between the Consumer Expectations Regarding Packaging and Brand Awareness**  
Ene S., Özkaya B.  
International Business Research, vol.9, no.6, pp.102-111, 2016 (Refereed Journals of Other Institutions)
- IV. **Elektronik 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), vol.1, pp.39-49, 2016 (Refereed Journals of Other Institutions)
- V. **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), vol.5, pp.235-248, 2015 (Refereed Journals of Other Institutions)
- VI. **A Study on Corporate Image, Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Context of Retail Stores**  
Ene S., Özkaya B.  
Asian Social Science, vol.10, no.14, pp.52-66, 2014 (Refereed Journals of Other Institutions)
- VII. **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, vol.4, no.11, pp.451-462, 2013 (Refereed Journals of Other Institutions)
- VIII. **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, vol.2, no.8, pp.69-81, 2013 (Refereed Journals of Other Institutions)
- IX. **İçsel Pazarlamaya Yönelik Olarak Çalışanların Pazarlama Kültürünün Oluşturulmasının İşletme Performansını Arttırmadaki Rolü**  
ENE S.  
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, vol.5, pp.67-90, 2013 (Refereed Journals of Other Institutions)

- X. **Online Ortada Kurumsal Marka İmajının Marka Sadakati ile İlişkisi Üzerine Bir Uygulama**  
YALÇIN F. A., ENE S.  
İktisadi İdari Bilimler Dergisi, vol.34, pp.113-134, 2013 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XI. **Sanal Ortamda Kullanıcı Deneyimlerini Olumlu Yönde Etkileyecek Kişiselleştirme Uygulamaları**  
ENE S.  
İletişim Çalışmaları Dergisi/ Journal of Communication Studies, pp.94-112, 2011 (Other Refereed National Journals)
- XII. **Eğitim Kurumlarında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Bir Özel İlköğretim Okulunda Uygulama**  
ENE S., TATAR A.  
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, vol.9, pp.99-108, 2010 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XIII. **Sanal Sigorta Pazarlamasının Türkiye'deki Gelişimi ve Bugünkü Durumu Üzerine**  
UYDACI M., ENE S.  
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, vol.6, pp.97-113, 2005 (Refereed Journals of Other Institutions)

## **Books & Book Chapters**

- I. **Çevik Pazarlama ve Örnek Uygulamalar**  
Ene S.  
Cinius Yayınları, İstanbul, 2020
- II. **Dağıtım Kanalları**  
Ene S.  
in: Pazarlama, Serpil Ünal Kestane, Editor, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, pp.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.  
in: Economic and Administrative Sciences, AYBAK 2019 / II (September): Marketing, Turgut ÇÜRÜK, Editor, Akademisyen Yayınevi, Ankara, pp.111-126, 2019
- IV. **Yeni Nesil Akıllı Teknolojiler Kapsamında Nesnelerin İnterneti Teknolojisi ve Perakende Sektöründeki Uygulamaların Örnek Olay Kapsamında İncelenmesi**  
ENE S.  
in: İktisadi ve İdari Bilimler, AYBAK 2019 / II (Eylül): Pazarlama Araştırmaları II, Burak NAKİBOĞLU, Editor, Akademisyen Yayınevi, Ankara, pp.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.  
in: Sosyal Bilimlerde Güncel Akademik Çalışmalar, Burak Eryılmaz, Kurtuluş Özlü, Yusuf Bahadır Keskin, Cem Yüçetürk, Editor, Gece Kitaplığı, Ankara, pp.1001-1018, 2018
- VI. **Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması**  
ENE S.  
İstanbul: Pusula Yayınevi, İstanbul, 2002

## **Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings**

- I. **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, France, 3 - 06 February 2016

- II. **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, France, 3 - 06 February 2016, pp.120
- III. **Dijital Ortamda Tüketicilerin Alışveriş Davranışları: Faydacı ve Deneysel Tüketici Tutumları Üzine Bir Araştırma**  
ENE S.  
Digital Communication Impact, 16 - 17 October 2014
- IV. **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, Italy, 20 - 22 September 2013, vol.2, no.8, pp.69-81
- V. **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, Turkey, 2 - 04 May 2012, pp.175-186
- VI. **Dinamik Girişimcilikte Yenilikçilik Anlayışı: Online Ortamda Kullanıcıların Yeniliklere Bakış Açıları ile İlgili Uygulama**  
ÇELİK N., ENE S., DEĞERLİ B.  
4. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Manisa, Turkey, 2 - 04 May 2012, pp.467-478
- VII. **Elements Of Online Store Atmospherics And Investigation On Web Sites**  
ENE S., DEĞERLİ B.  
Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim 2. Uluslararası Konferansı, İstanbul, Turkey, 28 - 30 April 2010, pp.126-132
- VIII. **İnternet Ortamında Faaliyette Bulunan İşletmelerin Tüketicilere Sundukları Web Deneyimlerinin İncelenmesi**  
YALÇIN F. A. , ENE S.  
3. İstanbul Bilişim Kongresi, "Yönetişim" Etkinlik Programı, İstanbul, Turkey, 29 - 31 May 2009, pp.173-183
- IX. **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, Turkey, 3 - 04 June 2008, pp.241-254
- X. **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 May 2006, vol.11, pp.118-129
- XI. **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 December 2004
- XII. **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, Turkey, 16 - 19 October 2003, pp.37-46