

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

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 Yeterlilik

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

Elektronik Pazarlama, Ön Lisans, 2019 - 2020

Satış Yönetimi, Ön Lisans, 2019 - 2020

Tüketici Davranışları, Yüksek Lisans, 2020 - 2021

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

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **A Research on Consumer Perceptions Towards Packaging in the Shopping Process**
Ene S., Özkaya B.
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, cilt.13, sa.50, ss.1-15, 2018 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- II. **Dijital Ortamda Tüketicilerin Faydacı ve Deneyimsel Alışveriş Davranışları Üzerine Bir Araştırma**
ENE S.
İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, ss.52-68, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- III. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IV. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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), cilt.5, ss.235-248, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VI. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.4, sa.11, ss.451-462, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.2, sa.8, ss.69-81, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IX. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- X. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XI. **Sanal Ortamda Kullanıcı Deneyimlerini Olumlu Yönde Etkileyecek Kişiselleştirme Uygulamaları**
ENE S.
İletişim Çalışmaları Dergisi/ Journal of Communication Studies, ss.94-112, 2011 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XII. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIII. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Kitap & Kitap Bölümleri

- 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 Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- 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, Fransa, 3 - 06 Şubat 2016

- II. **A Survey About Relationship Between Customer 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
- III. **Dijital Ortamda Tüketicilerin Alışveriş Davranışları: Faydacı ve Deneysel Tüketici Tutumları Üzerine Bir Araştırma**
ENE S.
Digital Communication Impact, 16 - 17 Ekim 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, İtalya, 20 - 22 Eylül 2013, cilt.2, sa.8, ss.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, Türkiye, 2 - 04 Mayıs 2012, ss.175-186
- VI. **Dinamik Girişimcilikte Yenilikçilik Anlayışı: Online Ortamda Kullanıcıların Yeniliklere Bakış Açılırları ile İlgili Uygulama**
ÇELİK N., ENE S., DEĞERLİ B.
4. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Manisa, Türkiye, 2 - 04 Mayıs 2012, ss.467-478
- VII. **Elements Of Online Store Atmospheres 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
- VIII. **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
- 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, Türkiye, 3 - 04 Haziran 2008, ss.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 Mayıs 2006, cilt.11, ss.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 Aralık 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, Türkiye, 16 - 19 Ekim 2003, ss.37-46