

## Doç.Dr. TAŞKIN DİRSEHAN

### Kişisel Bilgiler

E-posta: taskin.dirsehan@marmara.edu.tr

Web: <https://avesis.marmara.edu.tr/taskin.dirsehan>

### Eğitim Bilgileri

Doktora, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Türkiye 2011 - 2015

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (YI) (Tezli) (İngilizce), Türkiye 2009 - 2011

Lisans, Galatasaray Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2005 - 2009

### Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

İtalyanca, B1 Orta

Fransızca, C2 Yeterlilik

### Yaptığı Tezler

Doktora, Tüketici algılama sürecinde marka kavram haritaları ve marka ederi ölçümü, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 2015

Yüksek Lisans, Romantic movement in marketing: The effects of customer experiences on post experience dimensions from the museum perspective, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (YI) (Tezli) (İngilizce), 2011

### Araştırma Alanları

Pazarlama

### Akademik Unvanlar / Görevler

Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2017 - Devam Ediyor

Yrd.Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2016 - 2017

Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2015 - 2016

Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2011 - 2015

### Mesleki Deneyim

Erasmus Koordinatörü, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017 - Devam Ediyor

Rektörlük Akademik Teşvik Değerlendirme Komisyonu Üyesi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2019 - 2019

Bölüm Akademik Teşvik Değerlendirme Komisyonu Başkanı, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2019 - 2019

## Verdiği Dersler

Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama, Yüksek Lisans, 2017 - 2018, 2018 - 2019, 2019 - 2020  
Marketing Research Project, Lisans, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019  
Seminer, Yüksek Lisans, 2017 - 2018, 2018 - 2019  
Global Pazarlarda Marka Yönetimi, Yüksek Lisans, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019, 2019 - 2020  
Marketing Research, Lisans, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019, 2019 - 2020  
Seminar, Yüksek Lisans, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019  
Research in Marketing, Yüksek Lisans, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019, 2019 - 2020  
Yönetim Bilişim Sistemlerinin Temelleri, Yüksek Lisans, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019, 2019 - 2020  
Introduction to Marketing, Lisans, 2018 - 2019  
Management Information Systems, Lisans, 2014 - 2015, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019, 2019 - 2020  
Research Methods and Ethics, Yüksek Lisans, 2017 - 2018  
Marketing Decision Making, Lisans, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018  
Health Marketing, Lisans, 2017 - 2018  
Management in Health Services, Lisans, 2017 - 2018  
Vision in Marketing, Yüksek Lisans, 2015 - 2016, 2017 - 2018  
Internal Marketing, Yüksek Lisans, 2016 - 2017  
Marketing Management-I, Lisans, 2014 - 2015  
Production Management, Yüksek Lisans, 2015 - 2016

## Yönetilen Tezler

Dirsehan T., Extending the technology acceptance model in understanding the outcomes of food ordering mobile application usage, Yüksek Lisans, E.CANKAT(Öğrenci), 2020  
Dirsehan T., Endüstri 4.0 Sürecinde Dijital Dönüşüm ve Sosyoekonomik Yansımalar Bağlamında İnsan Kaynaklarının Dönüşümü: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım, Yüksek Lisans, E.DEMİRCİ(Öğrenci), 2019  
Dirsehan T., Consumer Acceptance of Autonomous Vehicles: A Proposition to Extend The Technology Acceptance Model, Yüksek Lisans, C.CAN(Öğrenci), 2019  
Dirsehan T., The role of customer experiences and lifestyles in post purchase behavior of smartphone users among university students, Yüksek Lisans, Ö.ALTINOĞLU(Öğrenci), 2019  
DİRSEHAN T., Users motivation to take part in the sharing economy in Turkey: A chaperone to sustainable consumption, Yüksek Lisans, K.M(Öğrenci), 2017

## SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Examination of trust and sustainability concerns in autonomous vehicle adoption**  
DİRSEHAN T., Can C.  
TECHNOLOGY IN SOCIETY, cilt.63, 2020 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- II. **Measuring brand image using a cognitive approach: Representing brands as a network in the Turkish airline industry**  
DİRSEHAN T., Kurtulus S.  
JOURNAL OF AIR TRANSPORT MANAGEMENT, cilt.67, ss.85-93, 2018 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Analysis of a Blockchain-based website using the technology acceptance model: the case of Save**

## Ideas

DİRSEHAN T.

International Journal of Diplomacy and Economy, cilt.6, sa.1, ss.17-25, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- II. **Exploring Cultural Differences in Hospitality Sector Competitiveness via Online Big Data**  
DİRSEHAN T., KÖSE N., ERÇEVİK E. E. , CEYLAN S.  
Marmara Business Review, cilt.2, ss.71-82, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- III. **Exploring competitive gaps to create a “Turkish” local search engine**  
DİRSEHAN T., ULUTAN M., KARABACAK A.  
Research Journal of Business and Management, cilt.4, ss.185-193, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IV. **An Empirical Investigation into The Determinants of Various Social Networking Sites Used By Generation Y Consumers**  
ÇOBANOĞLU E., DİRSEHAN T.  
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, cilt.12, ss.85-109, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- V. **Exploring local vs global brand associations in an emerging market using BCM technique**  
Eren-Erdogmus I., DİRSEHAN T.  
QUALITATIVE MARKET RESEARCH, cilt.20, sa.3, ss.266-288, 2017 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- VI. **Endüstri 4.0a Göre Gelişen Sağlık Sektörü**  
DİRSEHAN T.  
Harvard Business Review Türkiye, 2017 (Hakemsiz Dergi)
- VII. **Y kuşağında tüketiciler tarafından kullanılan çeşitli sosyal ağ sitelerinin (sas) belirleyicilerine yönelik ampirik bir inceleme**  
ÇOBANOĞLU E., DİRSEHAN T.  
Öneri, ss.85-109, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VIII. **Ego States in Brand Consumer Transactions**  
KURTULUŞ S., DİRSEHAN T.  
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.38, ss.211-228, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IX. **Sosyal İnovasyon İle Sakin Şehirlerarasındaki İlişkinin Sosyal Girişimci ler Boyutu İle İncelenmesi Seferihisar Örneği**  
KAZANÇOĞLU İ., DİRSEHAN T.  
Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi, cilt.7, ss.135-161, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- X. **Classifying Countries According to Their Export Competitiveness The Position of Turkey as an Emerging Economy**  
DİRSEHAN T.  
Online Academic Journal of Information Technology, cilt.6, ss.71-94, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XI. **Coca Cola nın Uluslararası Pazarlama Stratejilerine Yönelik Bir Yazın Taraması**  
DİRSEHAN T.  
İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.10, ss.18-42, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XII. **Y Kuşağının Sosyal Sorumluluk Düzeyi Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar KGK Açısından Bir İnceleme**  
DİRSEHAN T.  
İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.9, ss.1-13, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIII. **Markaların Kutup Yıldızı Marka Kavram Haritaları**  
DİRSEHAN T.  
The Brand Age, ss.75-77, 2015 (Hakemsiz Dergi)
- XIV. **Exploring Brand Experience Dimensions for Cities and Investigating Their Effects on Loyalty to a City**  
KAZANÇOĞLU İ., DİRSEHAN T.  
Business and Economics Research Journal, cilt.5, ss.17-37, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XV. **Analyzing Museum Visitor Experiences and Post Experience Dimensions Using SEM**  
DİRSEHAN T.

Boğaziçi Journal Review of Social, Economic and Administrative Studies, cilt.26, ss.103-125, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

XVI. **Comparison between Holistic Museum Visitors and Utilitarian Museum Visitors**

DİRSEHAN T., YALÇIN A. M.

International Journal of Marketing Studies, cilt.3, ss.78-94, 2011 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

- I. **The Melody of Omnichannel Customer Experience Management (OCCEM)**  
DİRSEHAN T., ÇELİK DİRSEHAN M.  
Managing Customer Experiences in an Omnichannel World: Melody of Online and Offline Environments in the Customer Journey, Dirsehan Taşkın, Editör, Emerald Publishing Limited, Bingley, ss.1-10, 2020
- II. **Metafor Kullanımıyla Marka İmajı Ölçümü: Google ve Yandex**  
DİRSEHAN T.  
Marmara Üniversitesi Yayinevi, 2019
- III. **Fuar Organizasyonlarının Makro Düzeyde Sağladığı Ekonomik Katkıların İncelenmesi**  
DİRSEHAN T.  
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarlık ve İstihdam, Mehtap SÜmersan Köktürk, Emine Çobanoğlu, Editör, Sokak Yayın Grubu, İstanbul, ss.99-109, 2019
- IV. **İletişim Stratejisi Olarak Ticari Fuarlar**  
Sümersan Köktürk M., ÇOBANOĞLU E., Torun İ., AYSUNA TÜRKYLMAZ C., DİRSEHAN T., Myftaraj E., KOCAMAZ İ., Eren Erdoğan İ., BİLGİN İ., Erturan Topgöl A., et al.  
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarlık ve İstihdam, Mehtap Sümersan Köktürk ve Emine Çobanoğlu, Editör, Sokak Yayın Grubu, İstanbul, ss.126-145, 2019
- V. **İkinci El Ürünlerin Fuarlık Kapsamında Değerlendirilmesi**  
SÜMERSAN KÖKTÜRK M., DİRSEHAN T.  
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarlık ve İstihdam, SÜMERSAN KÖKTÜRK MEHTAP ÇOBANOĞLU EMİNE, Editör, Sokak Yayın Grubu, İstanbul, ss.262-267, 2019
- VI. **Gelişmesinin Başında Olan Fuarlık Sektörüne Sahip Bir Ülke Örneği Olarak Arnavutluk**  
ERVİN M., DİRSEHAN T.  
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarlık ve İstihdam, SÜMERSAN KÖKTÜRK MEHTAP ÇOBANOĞLU EMİNE, Editör, Sokak Yayın Grubu, İstanbul, ss.110-124, 2019
- VII. **Fuar Organizasyonlarının Makro Düzeyde Sağladığı Ekonomik Katkıların İncelenmesi**  
DİRSEHAN T.  
Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarlık ve İstihdam, SÜMERSAN KÖKTÜRK MEHTAP ÇOBANOĞLU EMİNE, Editör, Sokak Yayın Grubu, İstanbul, ss.99-109, 2019
- VIII. **İş Modelleri ve Değeri Yakalama**  
DİRSEHAN T.  
İnovasyon ve Girişimcilik, A. Esra Aslan, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, ss.463-482, 2018
- IX. **İnovasyon Yönetimini ve Girişimciliği Öğrenme**  
DİRSEHAN T.  
İnovasyon ve Girişimcilik, A. Esra Aslan, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, ss.483-512, 2018
- X. **Small/Medium Sized Enterprises and Customers: A Case From Hospitality Sector**  
DİRSEHAN T.  
How Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) Can Be Competitive, Ensari, M. Şebnem Kıyıcı-Çallı, Meltem, Editör, LIT Verlag, ss.91-103, 2017
- XI. **Fransa'da Siyasi Gelişmelerde Türk ve Müslümanlara Yönelik Ayrımcılık Vakaları**  
TINAZ N., DİRSEHAN M., DİRSEHAN T., SAY Ö., ÇOBAN M.  
Fransa'da Müslümanlara Yönelik Ayrımcılıklar: 2015/2016 Yılları İzleme Raporu, Nuri Tınaz, Meltem Çelik Dirsehan, Semra Meral, Editör, Marmara Üniversitesi Yayınları, İstanbul, ss.37-48, 2017

- XII. **Fransa'da Ekonomik-İstihdam Hak ve Özgürlükleri: Türk ve Müslüman Toplulukların Durumu**  
DİRSEHAN T.  
Fransa daki Müslüman ve Türk Toplulukların Hak ve Özgürlüklerinin Analizi, Nuri Tınaz, Meltem Çelik Dirsehan, Ahmet Uysal, Editör, Marmara Üniversitesi Yayınevi, İstanbul, ss.209-234, 2016
- XIII. **Analyzing Countries for Their Luxury Potentials: A Macromarketing Approach**  
DİRSEHAN T.  
Global Marketing Strategies for the Promotion of Luxury Goods, Mosca, F.; R. Gallo, Editör, IGI Global, Hershey, ss.71-91, 2016
- XIV. **Tüketici Zihninde Noktaları Birleştirme Oyunu Marka Kavram Haritaları**  
DİRSEHAN T.  
Beta, İstanbul, 2015
- XV. **Reklam Etkinliklerinde Ünlü Desteğinin Önemi ve Bir Araştırma**  
DİRSEHAN T.  
Ertem Basım, Ankara, 2015
- XVI. **Yeşil Pazarlama Stratejilerinde Ambalajlama Kararı CamPet Üzerine Bir Araştırma**  
DİRSEHAN T.  
Ertem Basım, Ankara, 2015
- XVII. **An Application of Text Mining to Capture and Analyze eWOM: A Pilot Study on Tourism Sector**  
DİRSEHAN T.  
Capturing Analyzing and Managing Word of Mouth in the Digital Marketplace, Rathore Sumangla, Panwar Avinash , Editör, IGI Global, ss.168-186, 2015
- XVIII. **Çevrimiçi Satışa İlişkin Çıkarımlar**  
KÖKTÜRK M. S. , ÇOBANOĞLU E., DİRSEHAN T.  
Çevrimiçi Satış Bugünden Geleceğe Bir Potansiyel, , Editör, Nobel, Ankara, ss.207-211, 2015
- XIX. **Building Innovative Competitive Advantage in the Minds of Customers**  
DİRSEHAN T.  
Adoption of Innovation Balancing Internal and External Stakeholders in the Marketing of Innovation, Brem Alexander, Viardot Éric, Editör, Springer, ss.75-93, 2015
- XX. **Müşteri Deneyimlerinin Geliştirilmesinde Müşteri İlişkileri Yönetiminin Rolü**  
DİRSEHAN T.  
İlişkisel Pazarlamada Seçme Konular, Erdoğan İrem Eren, Gülsoy Taneses Yasemin, Editör, Beta, İstanbul, ss.121-129, 2015
- XXI. **Pazarlama Vizyonunu Genişleten Yeniden Doğan Pazarlar**  
Erdoğan Z. İ. (Editör), Sümersan Köktürk M. (Editör), Çobanoğlu E. (Editör), Yalçın A. M. (Editör), Dirsehan T. (Editör)  
Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, 2014
- XXII. **Örneklerle Temel Deneyimsel Pazarlama**  
Dirsehan T.  
İkinci Adam Yayınları, İstanbul, 2010

### **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

- I. **Case Analyses for Creating Competitive Advantages through Omni-Channel Experience**  
DİRSEHAN T., NALCI M.  
Global Business Research Congress (GBRC-2018), İstanbul, Türkiye, 24 - 25 Mayıs 2018
- II. **Gender Equality and Sustainability**  
KENANLI O., DİRSEHAN T.  
4th International Conference on Sustainable Development (ICSD), Atina, Yunanistan, 11 - 15 Nisan 2018
- III. **Creating Omni-Channel Customer Experiences through Industry 4.0 Technologies**  
DİRSEHAN T.

International Scientific Conference on Innovative Marketing (ISCOIM) 2018, Durres, Arnavutluk, 23 - 24 Şubat 2018

- IV. **Users Motivation for a Sharing Economy: A Chaperone of Sustainable Consumption**  
HOQ K. M. R. , DİRSEHAN T.  
2nd International Sustainability Congress, İstanbul, Türkiye, 26 - 28 Ekim 2017, ss.95-102
- V. **Investigating the User Acceptance of Autonomous Vehicles to Contribute to Sustainability**  
CAN C., DİRSEHAN T.  
2nd International Sustainability Congress, İstanbul, Türkiye, 26 - 28 Ekim 2017, ss.90-94
- VI. **The Evolution of CRM from the Perspective of an Emerging Country: Past, Present and Future**  
DİRSEHAN T.  
6th International Conference on Management, Business and Economics, Durres, Arnavutluk, 27 - 29 Ekim 2017, ss.181
- VII. **DETERMINING SERVICE QUALITY DIMENSIONS OF SOCIAL COMMERCE WEBSITES**  
Erdogmus I., DİRSEHAN T., KARAKAYA M.  
13th International Strategic Management Conference (ISMC), Podgorica, Sırbistan Ve Karadağ, 6 - 08 Temmuz 2017, cilt.34, ss.113-122
- VIII. **Determining Service Quality Dimensions of Social Commerce Websites**  
ERDOĞMUŞ Z. İ. , DİRSEHAN T., KARAKAYA M.  
13th International Strategic Management Conference, Podgorica, Sırbistan Ve Karadağ, 6 - 08 Temmuz 2017, ss.165-174
- IX. **Determining Service Quality Dimensions of Social Commerce Websites**  
ERDOĞMUŞ Z. İ. , DİRSEHAN T., KARAKAYA M.  
13th International Strategic Management Conference, 6 - 08 Temmuz 2017
- X. **Exploring Competitive Gaps to Create a "Turkish" Local SearchEngine**  
DİRSEHAN T., ULUTAN M., KARABACAK A.  
2nd World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, İstanbul, Türkiye, 12 - 14 Mayıs 2017, ss.19
- XI. **Exploring Yandex'xxs Brand Image as a Market Challenger in the Information Sector**  
DİRSEHAN T., NALCI M.  
II International Conference on Economics, Business Management and Social Sciences (ICEBSS 2017), Belgrade, Sırbistan Ve Karadağ, 10 - 14 Mayıs 2017, ss.62
- XII. **Exploring Google'xxs Strong Brand Image Via Metaphors**  
DİRSEHAN T., BARAN S.  
II International Conference on Economics, Business Management and Social Sciences (ICEBSS 2017), Belgrade, Sırbistan Ve Karadağ, 10 - 14 Mayıs 2017, ss.55
- XIII. **Fransa Cumhurbaşkanlığı Seçimi: Müslüman Türk Komuniteler**  
TINAZ N., MERAL S., ÇELİK DİRSEHAN M., DİRSEHAN T.  
SETA - PANEL, Fransa Cumhurbaşkanlığı Seçimi: Müslüman Türk Komuniteler, İstanbul, Türkiye, 06 Mayıs 2017
- XIV. **Marketing Management and Digital Transformation**  
DİRSEHAN T., DİRSEHAN M.  
1st International Scientific Conference on Innovative Marketing, Durres, Arnavutluk, 24 - 25 Şubat 2017, ss.30-31
- XV. **Leaping up the Level of Information Society for Developing Countries: Benefiting from an Age of Industry 4.0**  
DİRSEHAN T., DİRSEHAN M.  
1st International Scientific Conference on Innovative Marketing, Durres, Arnavutluk, 24 - 25 Şubat 2017, ss.30-31
- XVI. **Using Information Systems to Develop CRM on the Road to Sustainability**  
DİRSEHAN T.  
International Sustainability Congress 2016, İstanbul, Türkiye, 1 - 03 Aralık 2016, ss.256-259
- XVII. **Yapısal Olmayan Veriden Rekabet Avantajı Yaratma Türkiye Konaklama Sektörü nde Metin Madenciliği Yaklaşımı**  
DİRSEHAN T.

15. Ulusal İşletmecilik Kongresi, İstanbul, Türkiye, 26 - 28 Mayıs 2016, ss.78-87
- XVIII. **Text Mining in the Hospitality Sector to Extend the Motivation Theory**  
DİRSEHAN T.  
International Marketing Trends Conference, Venedik, İtalya, 21 - 23 Ocak 2016, ss.1-13
- XIX. **Sosyal İnovasyon ile Sakin Şehirler Arasındaki İlişkinin Sosyal Girişimci ler Boyutu ile İncelenmesi**  
**Seferihisar Örneği**  
KAZANÇOĞLU İ., DİRSEHAN T.  
İnovasyon Ekosistemleri Aracılığı ile Değer Yaratmak: Disiplinler Arası Yaklaşımlar Kongresi, İzmir, Türkiye, 26 - 27 Kasım 2015
- XX. **Gaining Competitive Advantage in Tourism Marketing A Text Mining Approach to Hotel Visitors**  
**Reviews in Durrës**  
DİRSEHAN T.  
International Conference for Management, Business and Technology, Durres, Arnavutluk, 6 - 07 Kasım 2015
- XXI. **Profiling online consumers according to their experiences with a special focus on social dimension**  
DİRSEHAN T., Celik M.  
7th International Strategic Management Conference, Paris, Fransa, 30 Haziran - 02 Temmuz 2011, cilt.24

## Desteklenen Projeler

- Bakoğlu R., Türker M. V. , Dirsehan T., Çalış Uslu B., Diğer Resmi Kurumlarca Desteklenen Proje, Sürdürülebilirlik Odaklı Entegre Risk Yönetimi Modeli Araştırma Geliştirme Projesi, 2020 - 2021
- Erdoğan Z. İ. , Dirsehan T., Karakaya Arslan M., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Sosyal Ticaret Sitelerinin Hizmet Kalitesi Boyutlarının Belirlenmesi, 2017 - 2018
- Dirsehan T., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Google'ın Güçlü Marka İmajının Metaforlarla Keşfedilmesi (Exploring Google's Strong Brand Image via Metaphors), 2017 - 2017
- Tınaz N., Dirsehan T., Başbakanlık, Fransa Müslümanlara Yönelik Ayrımcılıklar 2015 2016 İzleme Raporu, 2017 - 2017
- Tınaz N., Dirsehan T., Başbakanlık, Fransa Hak ve Özgürlükler İzleme Raporu 2014, 2015 - 2015
- Kurtuluş S., Dirsehan T., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Tüketici algılama sürecinde marka kavram haritaları ve marka ederi ölçümü, 2013 - 2015

## Bilimsel Kuruluşlardaki Üyelikler / Görevler

- Türkiye Bilişim Derneği (TBD), Üye, 2020 - Devam Ediyor , Türkiye
- Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği (PPAD), Üye, 2015 - Devam Ediyor , Türkiye

## Bilimsel Hakemlikler

- TELEMATICS AND INFORMATICS, SSCI Kapsamındaki Dergi, Kasım 2020
- BOGAZICI JOURNAL: REVIEW OF SOCIAL, ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE STUDIES, Hakemli Bilimsel Dergi, Temmuz 2020
- INTERNATIONAL JOURNAL OF INFORMATION TECHNOLOGY & DECISION MAKING, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2020
- GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Aralık 2019
- ÖNERİ: MARMARA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ HAKEMLİ DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Mayıs 2018
- ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Nisan 2018
- MARMARA ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Aralık 2017
- TOURISM MANAGEMENT, SSCI Kapsamındaki Dergi, Aralık 2017
- MANAGEMENT RESEARCH REVIEW, ESCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2016
- TOURISM MANAGEMENT PERSPECTIVES, SSCI Kapsamındaki Dergi, Aralık 2015

## **Atıflar**

Toplam Atıf Sayısı (WOS):20

h-indeksi (WOS):3

## **Burslar**

Yurtiçi Doktora Bursu, TÜBİTAK, 2012 - 2015

Yurtiçi Yüksek Lisans Bursu, TÜBİTAK, 2010 - 2011

## **Ödüller**

Dirsehan T., Yayın Teşviki, Tübitak, Eylül 2018

Dirsehan T., Baran S., En iyi sunum 2.'lik ödülü, International Conference On Economics, Business Management And Social Sciences (Icebss2017), Mayıs 2017