

Prof. Dr. TAŞKIN DİRSEHAN

Kişisel Bilgiler

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

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: 7PB9jrIAAAAJ

ORCID: 0000-0002-3599-0951

Publons / Web Of Science ResearcherID: R-1811-2019

ScopusID: 36967831200

Yoksis Araştırmacı ID: 42102

Eğitim Bilgileri

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

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (İngilizce) Anabilim Dalı, Türkiye 2009 - 2011

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

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

İtalyanca, B1 Orta

Fransızca, C2 Ustalık

Yaptığı Tezler

Doktora, Tüketicici 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, Yönetim Bilişim Sistemleri, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İngilizce İşletme Bölümü, 2023 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İngilizce İşletme Bölümü, 2017 - 2023

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

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

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

Akademik İdari Deneyim

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

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

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

Verdiği Dersler

Marketing Research Project, Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

Çağdaş Pazarlama, Doktora, 2020 - 2021

Marketing Analytics, Yüksek Lisans, 2020 - 2021

Seminer, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Statistical Data Analysis, Yüksek Lisans, 2020 - 2021

Seminar, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

Marketing Management-II, Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Marketing Research, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Global Pazarlarda Rekabet Analizi, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Dijital ve Sosyal Medya, Doktora, 2020 - 2021

Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Special Topics in Marketing Management, Yüksek Lisans, 2020 - 2021

Topics in Marketing, Yüksek Lisans, 2020 - 2021

Global Pazarlarda Marka Yönetimi, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Marketing Research, Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

Research in Marketing, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Yönetim Bilişim Sistemlerinin Temelleri, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Introduction to Marketing, Lisans, 2018 - 2019

Management Information Systems, Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

Information Systems in Marketing, Yüksek Lisans, 2019 - 2020

Research Methods and Ethics, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

Marketing Decision Making, Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

Health Marketing, Lisans, 2017 - 2018

Management in Health Services, Lisans, 2017 - 2018

Vision in Marketing, Yüksek Lisans, 2017 - 2018, 2015 - 2016

Internal Marketing, Yüksek Lisans, 2016 - 2017

Marketing Management-I, Lisans, 2014 - 2015

Production Management, Yüksek Lisans, 2015 - 2016

Yönetilen Tezler

Dirsehan T., The role of hospital corporate image on the intention to use smart wearable devices in the healthcare sector, Yüksek Lisans, V.ULUSOY(Öğrenci), 2023

Dirsehan T., İŞ TATMİNİ VE ÇALIŞAN BAĞLILIĞINA YÖNELİK KURUMSAL SOSYAL AĞLARIN İNCELENMESİ, Yüksek Lisans, O.AKIN(Öğrenci), 2022

Dirsehan T., Examining the factors leading to the use of e-scooters in the context of micromobility, Yüksek Lisans, M.MERT(Öğrenci), 2022

Dirsehan T., Video oyun dünyasındaki paketlerin lüks algısının incelenmesi, Yüksek Lisans, B.FAZLIOĞLU(Öğrenci), 2022

Dirsehan T., THE ROLE OF USER SATISFACTION IN CONTINUANCE INTENTION TO USE CHATBOTS WITHIN THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL(TAM), Yüksek Lisans, H.BADR(Öğrenci), 2021

Dirsehan T., ONE CARD TO RULE THEM ALL: DO CONSUMERS ACCEPT İSTANBULCARD AS A SMART CITY CARD?, Yüksek Lisans, Ö.HURMACI(Öğrenci), 2021

Dirsehan T., Behavioral consequences of exposure to infodemic by influencers, Yüksek Lisans, E.ÜNALMIŞ(Öğrenci), 2021

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., The role of customer experiences and lifestyles in post purchase behavior of smartphone users among university students, Yüksek Lisans, Ö.ALTINOĞLU(Öğrenci), 2019

Dirsehan T., Consumer Acceptance of Autonomous Vehicles: A Proposition to Extend The Technology Acceptance Model, Yüksek Lisans, C.CAN(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. **Beware of the Woozle effect and belief perseverance in the PLS-SEM literature!**
Henseler J., Lee N., Roemer E., Kemény I., DİRSEHAN T., Cadogan J. W.
Electronic Commerce Research, 2024 (SSCI)
- II. **Role of mobile food-ordering applications in developing restaurants' brand satisfaction and loyalty in the pandemic period**
DİRSEHAN T., Cankat E.
JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, cilt.62, 2021 (SSCI)
- III. **Examination of trust and sustainability concerns in autonomous vehicle adoption**
DİRSEHAN T., Can C.
TECHNOLOGY IN SOCIETY, cilt.63, 2020 (SSCI)
- IV. **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)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Modeling indices using partial least squares: How to determine the optimum weights?**
DİRSEHAN T., Henseler J.
Quality and Quantity, cilt.57, ss.521-535, 2023 (Scopus)
- II. **Operationalizing Customer-perceived Value as an Emergent Variable: Empirical Evidence from Mobile Food Ordering and Delivery Applications**
DİRSEHAN T., Kadioğlu C. T.
Journal of Creating Value, cilt.9, sa.2, ss.227-244, 2023 (Scopus)
- III. **Smart city technologies from the perspective of technology acceptance**
DİRSEHAN T., van Zoonen L.
IET SMART CITIES, cilt.4, sa.3, ss.197-210, 2022 (ESCI)
- IV. **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 (Hakemli Dergi)
- V. **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 (Hakemli Dergi)
- VI. **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 (Hakemli Dergi)
- VII. **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 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Y kuşağında tüketiciler tarafından kullanılan çeşitli sosyal ağ sitelerinin (sas) belirleyicilerine yönelik ampirik bir inceleme**
ÇOBANOĞLU E., DİRSEHAN T.
Öneri, ss.85-109, 2017 (Hakemli Dergi)
- IX. **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)
- X. **Endüstri 4.0a Göre Gelişen Sağlık Sektörü**
DİRSEHAN T.
Harvard Business Review Türkiye, 2017 (Hakemsiz Dergi)
- XI. **Ego States in Brand Consumer Transactions**
KURTULUŞ S., DİRSEHAN T.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.38, ss.211-228, 2016 (Hakemli Dergi)
- XII. **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 (Hakemli Dergi)
- XIII. **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 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Coca Cola nın Uluslararası Pazarlama Stratejilerine Yönelik Bir Yazın Taraması**
DİRSEHAN T.
İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.10, ss.18-42, 2015 (Hakemli Dergi)
- XV. **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 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Markaların Kutup Yıldızı Marka Kavram Haritaları**
DİRSEHAN T.
The Brand Age, ss.75-77, 2015 (Hakemsiz Dergi)
- XVII. **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 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **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 (Scopus)
- XIX. **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 (Hakemli Dergi)

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 Yayınevi, 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 TÜRKYILMAZ C., DİRSEHAN T., Myftaraj E., KOCAMAZ İ., Eren Erdoğan İ., BİLGİN İ., Erturan Topgül 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 Topluluklarının Durumu**
DİRSEHAN T.
Fransa daki Müslüman ve Türk Topluluklarının 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 Tanses 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 Yayım 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 Girişim ci 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., Diğer Özel 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

EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mart 2022

JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, SSCI Kapsamındaki Dergi, Şubat 2022

JOURNAL OF MACROMARKETING, SSCI Kapsamındaki Dergi, Şubat 2022

TRANSPORT REVIEWS, SSCI Kapsamındaki Dergi, Kasım 2021

JOURNAL OF SOCIAL MARKETING, SSCI Kapsamındaki Dergi, Eylül 2021

NEW MEDIA & SOCIETY, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ağustos 2021

JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mart 2021

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

Metrikler

Yayın: 66

Atf (WoS): 118

Atf (Scopus): 227

H-İndeks (WoS): 6

H-İndeks (Scopus): 7

Burslar

Yurt Dışı Doktora Sonrası Araştırma Burs Programı, TÜBİTAK, 2021 - 2022

Yurtiçi Doktora Bursu, TÜBİTAK, 2012 - 2015

Yurtiçi Yüksek Lisans Bursu, TÜBİTAK, 2010 - 2011

Ödüller

Dirsehan T., Yayın Teşviki, Tübitak, Kasım 2021

Dirsehan T., Yayın Teşviki, Tübitak, Mart 2021

Dirsehan T., Yayın Teşviki, Tübitak, Ekim 2018

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

Akademi Dışı Deneyim

Eczacıbaşı - Beiersdorf Kozmetik Ürünler A.Ş.

Fransa Başkonsolosluğu Ticaret Müşavirliği

Arçelik A.Ş.