

ÖZGEÇMİŞ

1. **Adı Soyadı** : Fulya Açıkgöz
2. **Doğum Tarihi** : 22 Haziran1992
3. **Unvanı** : Öğrenci
4. **Öğrenim Durumu** : Doktora /Tez Aşamasında

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	İşletme Fakültesi/İşletme Bölümü	Bilkent Üniversitesi	2016
Y. Lisans	İşletme Fakültesi/Pazarlama	İstanbul Bilgi Üniversitesi	2018
Doktora	İşletme Fakültesi/Pazarlama	İstanbul Teknik Üniversitesi	Devam Ediyor-

6. Akademik Unvanlar

Görev Unvanı	Görev Yeri	Yıl
Araştırma Görevlisi	Bahçeşehir Üniversitesi-İktisadi İdari Bilimler Fakültesi-İşletme Bölümü	2020-

7. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

8. Yayınlar

8.1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler (SCI,SSCI,Arts and Humanities)

Acikgoz, A., Latham, G. and **Acikgoz, F.** (2020), “Mediation of Scenario Planning on the Reflection-Performance Relationship in New Product Development Teams” at **Journal of Business and Industrial Marketing**. (SSCI).

8.2. Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

Acikgoz,F., and Burnaz, Ş., (In PRESS),“The Influence of “Influencer Marketing” on YouTube influencers” at **International Journal of Internet Marketing and Advertising (Scopus)**.

Erkan, İ., **Acikgoz, F.**, Elwalda, A., Rahman, M., Akin, N., (In PRESS), “Mobile Word of Mouth (mWOM) in Mobile Messaging Applications: An exploration of its antecedents and consequences” at **International Journal of Business Information Systems (Scopus)**.

Acikgoz, F. (2015). On an Advertisement of the Koton Company-The Misleading Children. **Journal of Business and Management Sciences**, 3(3), 96-100.

8.3. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

“Cultural Difference in Hospitableness: American Culture vs. Turkish Culture”, 13-16 December 2019, 5th World Research Summit for Hospitality and Tourism, Orlando, Florida, USA.

“How to Win in Mobile Marketing: Social Influence Theory Perspective”, 11-12 October 2019, Marketing & Organization Research Conference (MOR), Istanbul, Turkey.

“A model of Brand Cocreation, Brand Immersion, their Antecedents, and Consequences in Café Brand Context”, 17-21 July, 2019, International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism (ICSIMAT), Chios Island, Greece.

“Examining the Antecedents and Consequences of Emotional Brand Attachment: For Rosy Side and Blue Side”, 20-22 June 2019, 41st Annual ISMS Marketing Science Conference, Rome, Italy.

“Identifying Consumer Perceptions towards Virtual Reality Platforms: A Netnographic Investigation” 12-14 June 2019, 5th International AR & VR Conference, Munich, Germany.

“Can Social Media Increase the Demand for Environmentally Sustainable Apparel” 17-19 June 2019, 28 th. Annual CIMAR Conference Consortium for International Marketing Research, Ankara Turkey.

“The Impact of Sponsored Content on Attitude Towards YouTube Influencers,” 17-19 June 2019, 28 th. Annual CIMAR Conference Consortium for International Marketing Research, Ankara Turkey.

8.4. Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

Erkan I., & Acikgoz F. (2020). What Makes People Share? The Effects of Online Ads on Consumers' Sharing Intentions. **In Handbook of Digital Marketing Strategies and Models for Competitive Business. (pp.187-203). IGI Global.**

Erkan, I., Gokerik, M., & Acikgoz, F. (2019). The Impacts of Facebook Ads on Brand Image, Brand Awareness, and Brand Equity. **In Handbook of Research on Entrepreneurship and Marketing for Global Reach in the Digital Economy (pp. 442-462). IGI Global.**

8.5. Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

Unal, S., Erkan, İ., Acikgoz, F., (2020), “Sosyal Medyada Sürdürülebilir Tüketim: Sürdürülebilir Giysiye Yönelik Tutumu Etkileyen Faktörler ve Sonuçları”, **Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**, 13 (1), 1-19.

Acikgoz, F. and Arikan, E., (2018), “Destinasyon İmajı, Hedonik alışveriş değeri ve Yerel Halkın Olumlu Özelliklerinin Yabancı Turistlerin Davranışları Üzerindeki Etkileri”, **Pazarlama ve Teorileri Uygulama Dergisi**, 4 (1), 54-74. Beta Yayınları.

8.6. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

“The Effects of Personality and Social Traits on Conspicuous Consumption,” June, 2018, Proceedings of the 23rd Marketing Congress, Kocaeli, Turkey.

“Destinasyon İmajı, Hedonik Alışveriş Değeri ve Yerel Halkın Yabancı Turistlerin Davranışlarının Üzerindeki Etkileri” September 2017, Proceedings of the 22nd Marketing Congress Trabzon, Turkey.

8.7. Diğer yayınlar

9. Projeler

10. İdari Görevler

11. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler

12. Ödüller

13. Son iki yılda verdiğiniz lisans ve lisansüstü düzeydeki dersler için aşağıdaki tabloyu doldurunuz.

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati		Öğrenci Sayısı
			Teorik	Uygulama	
	Güz				
	İlkbahar				
	Güz				
	İlkbahar				

Not: Açılmışsa, yaz döneminde verilen dersler de tabloya ilave edilecektir.