

## ÖZGEÇMİŞ

- 1. Adı Soyadı** : Ahu Ergen
- 2. Doğum Tarihi** : 5 Ekim 1975
- 3. Unvanı** : Profesör Dr.
- 4. Öğrenim Durumu** : Doktora
- 5. Çalıştığı Kurum** : Bahçeşehir Üniversitesi

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	İşletme (Almanca)	Marmara Üniversitesi	1998
Y. Lisans	İşletme	Maltepe Üniversitesi	2009
Doktora	Üretim Yönetimi ve Pazarlama	Marmara Üniversitesi	2014

### 5. Akademik Unvanlar

- Yardımcı Doçentlik Tarihi : 1.11.2015  
Doçentlik Tarihi : 21.11.2017  
Profesörlük Tarihi : 31.03.2023

### 6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

#### 6.1. Yüksek Lisans Tezleri

**6.1.1.** Beyaz eşya sektörünün endüstri 4.0'lı geleceği, Bahçeşehir Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, 2021.

**6.1.2.** Consumer behaviour in economic downturn: A qualitative research during Covid-19 pandemic, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020.

**6.1.3.** The Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Process, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020.

**6.1.4.** Mavi okyanus stratejisi ile kamu hizmeti sunmada yenilikçi bir yaklaşım: Beşiktaş Belediyesi örneği, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020.

**6.1.5.** Health tourism within the scope of service marketing approach, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020.

**6.1.6.** Perakende sektöründe omni kanal pazarlama uygulamalarının müşteri deneyimindeki rolü üzerine nitel bir araştırma, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

**6.1.7.** Effects of mindfulness training on people's consumption habits, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

**6.1.8.** Recyclable packaging preferences of fmcg brands, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

**6.1.9.** The effects of influencer marketing activities on Y generation's purchase intentions, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

**6.1.10.** Telekom sektöründeki müşterilerin ürünlerinin veri madenciliği ile incelenerek çapraz satış kampanyalarının hazırlanması, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

**6.1.11.** Çalışanların kurumsal itibar algısına yönelik alkollü içecek sektöründe bir araştırma, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.

**6.1.12.** Luxury Brands and Blogging: The Impact of Blogging on the Purchase Intention of Luxury Brands, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.

**6.1.13.** Influence of Customer Relationship Management and Visit Frequency of Sales Representatives on Company Image, Sarper Kunter, 2017.

**6.1.14.** Comparison of Advertising Research Results: Neuromarketing and Focus Group Research, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.

**6.1.15.** Tourist Destination Marketing: The Influence of Turkish Drama on Arab Tourists, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.

**6.1.16.** Multichannel Conflict Management in B2B Companies, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.

**6.1.17.** Perceived Quality in Health Care Services: A Study in a University Hospital in Istanbul, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.

**6.1.18.** Usage of Mobile Tools in Marketing Communication Campaigns: Investigation of Selected MMA Success Stories, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.

**6.1.19.** Factors Influencing Mobile Transaction Applications Usage in Telecommunication Sector, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.

**6.1.20.** A Qualitative Research About Brand Management Decisions and Consumer Attitudes, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.

**6.1.21.** Kurumsal İmajın ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Hasta Sadakati Üzerine Etkisi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.

## **7. Yayınlar**

### **7.1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler (SCI, SSCI, Arts and Humanities)**

**Ergen, A., Akdag, S. G., & Ekin, G. (2023).** Evaluating CX in the Retail Space with Design Thinking and Double Diamond Design Process. *New Design Ideas*, Vol.7, No.1, pp.21-43 (Scopus Indexed).

Batmaz, F. K., & **Ergen, A. (2022).** Mindfulness and Sustainable Consumption: Evidence from Students in Istanbul. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11(1), 56-56. (Scopus Indexed).

Akdag, G. S., & **Ergen, A. (2021).** Customer Journey Maps For Physical Experience Design: Conceptual Design Case Of A Gas Station. *New Design Ideas*, 5(2). (Scopus Indexed).

**Ergen, A., Ünal, A.N & Saygılı, M.S. (2021).** Is It Possible to Change the Cyber Security Behaviours of Employees? Barriers and Promoters, *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(4), 210-224. (Scopus Indexed).

Girginkaya Akdağ, S., & **Ergen, A. (2020).** Role of location-based mobile apps in city marketing: Beşiktaş as a student-friendly district, *Journal of Location Based Services*, 14(2), 49-70. (Scopus Indexed).

## 7.2. Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

Bekoęlu, F.B., **Ergen, A** & İnci, B. (2016). The Impact of Attitude, Consumer Innovativeness and Interpersonal Influence on Functional Food Consumption, *International Business Research*, Vol.9, No.4, 79-87.

Bekoęlu, F.B & **Ergen, A**. (2016). Yeni ürün geliştirme ve lansman stratejileri, *International Journal of Human Sciences*, Vol.13, No:1, 923-938.

Şahin, E. & **Ergen, A**. (2016). The Effect of Mass Communication Tools on Political Involvement, *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, Sayı 13, 1-19.

**Ergen, A.**, Baykan, B.G & Turan, S.G. (2015). Effect of Materialism and Environmental Knowledge on Environmental Consciousness among High School Students: A study conducted in Istanbul Province, *International Journal of Human Sciences*.Vol.12, No.1, 511-526.

Bozkurt, F., & **Ergen, A**. (2014). Art of War and Its Implications on Marketing Strategies: Thinking like a Warrior, *International Journal of Research in Business and Social Science*, Vol.3, No.3, 37-47.

**Ergen, A.**, Bozkurt, F., & Giray, C. (2014). Activism: A Strong Predictor of Proactive Environmentally Friendly Buying Behavior in Turkey, *International Journal of Research in Business and Social Sciences*, Vol.3, No.1, 130-142.

**Ergen, A.**, Bozkurt, F., & Giray, C. (2014). Clustering the consumers according to their environmental concern: a study in the Turkish market, *International Business & Economics Research Journal*, Vol.13, No.6, 1353-1358.

## 7.3. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

Sigirci, O., & **Ergen, A**. (2023). Recycled but from What? Consumers' Perceived Contamination toward Recycled Products Made from Different Materials. *AMA Winter Academic Conference Proceedings*, 34, 1374–1377.

**Ergen, A.** & Sigirci, O. (2023). Consumers and Infodemics: Consumers' Social Media Use and Motivation to Share Information during Pandemic. *42nd EBES Conference*, 12-14 Jan 2023. Lisbon.

Farina-Altınbaşak, İ., & **Ergen, A**. (2017). Examining the Sustainable Consumption Behavior of Young Gen Y'ers: the Effect of Environmental Attitude and Cosmopolitanism, *7th International Conference on Governance, Fraud, Ethics and Social Responsibility*, 10-11 Ocak, İstanbul.

Çetin, B., & **Ergen, A**. (2016). Kurumsal İmaj Ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Hasta Sadakati Üzerindeki Etkisine Yönelik Keşifsel Bir Araştırma, *International Congress of Management Economy and Policy*, 26-27 Kasım, İstanbul.

**Ergen, A**. (2016). Understanding the healthy lifestyle behaviors and life satisfaction of students and staff in a university, *IISES 23rd International Academic Conference*, 27 -30 Nisan, Venedik-İtalya.

Bozkurt, F., & **Ergen, A**. (2015). Profiling the dietary supplement users in Turkey, *The International Institute of Social and Economic Sciences Conference*, Roma, 14-17 Nisan, Roma-İtalya.

**Ergen, A., & Bozkurt, F. (2014).** Environmental Concern and Green Buying Behavior: Profiling the Turkish Consumers, The Macrotheme International Conference on Business and Social Science, 8-10 Mart, Monaco- Fransa.

#### **7.4. Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler**

**Ergen, A., Sığircı, Ö. (2023).** Brands and Consumers with a Purpose: Evidence from Türkiye. In: Leal Filho, W., Dinis, M.A.P., Moggi, S., Price, E., Hope, A. (eds) SDGs in the European Region . Implementing the UN Sustainable Development Goals – Regional Perspectives. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-91261-1\\_22-1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-91261-1_22-1).

**Ergen, A. (2020).** **Smart Retailing in Cyberspace**, What’s happening in cyber space? An interdisciplinary approach, Peter Lang, 49-69 içinde. (**Scopus Indexed**).

Bolcan, A., & **Ergen, A. (2020).** **Who lives healthier in a university? Faculty, students or administrative staff**, Psycho-Social Perspectives on Mental Health and WellBeing. IGI Global.

Bozkurt, F., & **Ergen, A. (2014).** **Promoting Healthy Lifestyle for Sustainable Development**, Chapter 7, Handbook of Research on Developing Sustainable Value in Economics, Finance, and Marketing, 110-123, IGI Global. (**Scopus Indexed**).

**Ergen, A. (2016).** Sürdürülebilir Tüketim, Gönüllü Sadelik ve Maddi Değerler, Beta Yayıncılık. İstanbul.

**Ergen, A. (2020).** “Pazarlamanın Değişen Rotası: Sürdürülebilirlik” kitap bölümü, İşletmelerde Güncel Yaklaşımlar: Pandemi Sonrası Örgütlerin Geleceği, Editörler: Melisa Erdilek Karabay, İrge Şener, Nobel Akademik Yayıncılık, 379-398.

**Ergen, A. (2019).** “Eğitim pazarlamasında sosyal medya kullanımı” kitap bölümü, Yükseköğretimde Tutundurma ve Strateji, Editör: A. Ercan Gegez, Altınbaş Ü. Yayınları-Nobel Akademik Yayıncılık, 351-374.

**Ergen, A. (2018).** “Yeşil markalar ve yeşil gösterme” kitap bölümü, Masamızda Marka Sohbetleri-2, Editör: F. Müge Arslan, Beta Yayıncılık, 1-20.

**Ergen, A. (2018).** “Operasyon Yönetimi: Finansal Boyutlar” kitap bölümü, Perakende Yönetimi” Stratejik Bir Yaklaşım, 13. Basımdan Çeviri. Çev. Editörü: Erol Ustaahmetoğlu, Nobel Akademik Yayıncılık-Pearson, 312-328.

İnci, B., & **Ergen, A. (2018).** “Paraya Yönelik Tutum ve Marka Anlamı Üzerine Bir Araştırma” kitap bölümü, Tüketici Yazıları (VI) Editörler: Arzu Şener, Esna Betül Buğday, TÜPADEM TÜRKÇEV, 137-155.

#### **7.5. Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler**

**Ergen, A & Sığircı, Ö. (2022).** Döngüsel Ekonomi Üzerine Bir Sistematik Literatür Taraması, Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, 8(1), 1-52.

Aksoy, C., & **Ergen, A. (2020).** Changes in Consumer Behaviour of Gen Y’ers in Covid-19 Pandemic, Aurum Sosyal Bilimler Dergisi, 5(2), 127-147.

Ünal, A.N., & **Ergen, A. (2018).** Siber uzayda yeterince güvenli davranıyor muyuz? İstanbul ilinde yürütülen nicel bir araştırma, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 16, Sayı:2, 191-216.

**Ergen, A., & Bekođlu, F.B.** (2016). Türkiye’de Besin Destek Ürünlerine Yönelik Görüşler ve Tüketici Profilini Tanımlamaya Yönelik Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 8(1), 323-341.

**Ergen, A., & Bozkurt, F.** (2012). Pazarlama İletişiminde Yeni Bir Mobil Pazarlama Aracı: 2 Boyutlu Barkodlar, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği Dergisi, Cilt:5, Sayı 9, 43-64.

**Ergen, A.** (2011). Stratejik Düşünce Yaratma: Mavi Okyanusa Yelken Açmak, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği Dergisi, Cilt:4, Sayı 7, 1-21.

Gökbay, İ.Z., **Ergen, A., & Özdemir, N.** (2011). Engelli Bireylerin İstihdamına Yönelik Bir Vaka Çalışması: "Engelsiz Eğitim", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi ÖNERİ, Yıl:18, Cilt:9, Sayı:36, 1-8.

## **7.6. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler**

**Ergen, A & Sığırcı, Ö.** (2021). Döngüsel Ekonomi Üzerine Bir Sistemik Literatür Taraması, 25. Pazarlama Kongresi, 30 Haziran-2 Temmuz, Ankara.

İnci, B., & **Ergen, A.** (2019). Bilinçli Farkındalığın (Mindfulness) Sürdürülebilir Tüketim Bağlamında İncelenmesi, PPAAD Pazarlama Kongresi, 1-4 Mayıs, Aydın.

**Ergen, A., & İnci, B.** (2017). Üniversite Öğrencilerinin Para Etiđi ve Markalara Yükledikleri Anlam Üzerine Bir Araştırma, 16. Ulusal İşletmecilik Kongresi, 4-6 Mayıs, İzmir.

**Ergen, A., Bozkurt, F., & İnci, B.** (2015) Fonksiyonel Gıda Tüketimini Etkileyen Unsurlar Üzerine Bir Araştırma, 20. Ulusal Pazarlama Kongresi, 10-13 Haziran, Eskişehir.

Bozkurt, F., & **Ergen, A.** (2014). Sağlıklı Yaşam Tarzı, Sağlık Motivasyonu ve Yeşil Tüketici Deđerleri: İstanbul’da Eğitim Seviyesi Yüksek Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma, 19. Ulusal Pazarlama Kongresi, 18-22 Haziran, Gaziantep.

Giray, C., **Ergen, A & Bozkurt, F.** (2012). Yeşil Satınalma Davranışını Paradigma, İmaj, Sorumluluk ve Sağlık Üzerinden Açıklamaya Yönelik Bir Araştırma, 17.Ulusal Pazarlama Kongresi, 17-21 Ekim, Balıkesir.

Bozkurt, F., **Ergen, A.** (2011). Pazarlama İletişiminde Yeni Bir Mobil Pazarlama Aracı: 2 Boyutlu Barkodlar, 16. Ulusal Pazarlama Kongresi, 22-25 Kasım, İstanbul.

## **7.7. Diğer yayınlar**

### **7.7.1 Katkı Sağladığı Araştırma Raporları**

Kırşehir Şehir Kimliđi Çalıştayı Sonuç Raporu, Ekim 2014, T.C Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Kırşehir Belediyesi.

Düzce Şehir Kimliđi Çalıştayı Sonuç Raporu, Kasım 2014, T.C Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Düzce Belediyesi.

Şanlıurfa Şehir Kimliđi Çalıştayı Sonuç Raporu, Şubat 2015, T.C Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Şanlıurfa Belediyesi.

“Gençler Çevreci Davranışta Çekimser, Kız Öğrenciler Erkeklerden Daha Duyarlı”, Bahçeşehir Üniversitesi BETAM Araştırma Raporu, 13/149.

"Mesleki Eğitimin Ulusal-Uluslararası Rekabete Açılması ve Sertifikasyon" ile "Mesleki İş Gücü Dolaşımı (Konvertibilite)", Akademik Araştırma Projeleri, Stratejik Rapor, Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (2013), No: 50, İstanbul.

## 7.7.2 Köşe Yazıları

### **EKO IQ**

Antroposen Çağı'nda Amaç Odaklı Şirketler Daha mı Şanslı? Nisan-Mayıs 2023  
Cumhuriyetimizin 100. Yılında Afet ve Sürdürülebilir Kalkınma, Şubat-Mart 2023  
Hem Açlık Hem Gıda İsrafı Artıyor, Aralık-Ocak 2023  
Markalar Neyin Peşinde? Ekim 2022  
Döngüsel İş Modellerine Geçiş Hızlanır mı? Eylül 2022  
Antroposen Çağı'nda Sil Baştan Pazarlama, Mayıs-Haziran 2022  
Zorlanan Sağlık Sistemleri ve Sürdürülebilir Kalkınma, Mart-Nisan 2022  
İklim Krizinden Çıkış Z Kuşağıyla Olacak, Ocak-Şubat 2022  
Markamız "Sorumlu" mu, Yoksa "Sorumlu" mu? Kasım-Aralık 2021  
İnsanın Sebep Olduğu İklim Krizi için Çare Nedir? Eylül-Ekim 2021  
Simitin İçinde Yaşam Mümkün mü? Temmuz-Ağustos 2021  
Pandemi Sonrası Döngüsel Ekonomiye Geçiş Hızlanır mı?, Mayıs-Haziran 2021  
Sürdürülebilir işletmeleri diğerlerinden ne ayırır?, Mart-Nisan 2021  
Antroposen çağında sürdürülebilir tüketimin önündeki engeller ve çözüm önerileri, Ocak-Şubat 2021  
Yeni bir dünya için yeşil rota, Kasım-Aralık 2020  
Sürdürülebilir yaşamın tam zamanı, Eylül-Ekim 2020  
Pandemi Sonrası Eski İş Yapma Biçimleri Devam Eder mi? Temmuz-Ağustos 2020  
Pandemi sürdürülebilirlik için bir fırsat mı? Mayıs-Haziran 2020  
Koronavirüs Hastalığı: Hem pandemi hem de infodemi, Nisan 2020  
Sürdürülebilir tüketime açılan kapının anahtarı: İnsanı anlamak, Mart-Nisan 2020  
Bakalım daha neleri paylaşacağız? Paylaşım ekonomisi üzerine görüşler, Ocak-Şubat 2020  
Yeşil davranışı normalleştirmek, Eylül-Ekim 2019  
Yeşil ile aldatanlar, Temmuz-Ağustos 2019  
Sürdürülebilir marka zirvesinin ardından, Mayıs-Haziran 2019  
Sürdürülebilirlik uygulamaları ile rekabet avantajı sağlamak mümkün mü?, Mart-Nisan 2019  
Bir iklim konferansı daha geçti. Kaldığımız yerden devam, Ocak-Şubat 2019.  
Tüketime giden yolda değerlerimiz ne kadar etkili?, Kasım-Aralık 2018.  
Bilinçli farkındalık (mindfulness) gezegene de fayda sağlıyor, Eylül-Ekim 2018.  
Gezegene ve kendine bir iyilik yap, sade yaşa, Temmuz-Ağustos 2018.  
Taş Devri etkisi ve sosyal normalleşme sürdürülebilir tüketimi nasıl etkiliyor? Mayıs-Haziran 2018.

### **The Brand Age**

En İyi Küresel Yeşil Markalar, Kasım 2017.  
Marka tercihi yapmanın dayanılmaz hafifliği, Eylül 2017.  
20. Araştırma Zirvesinden Keskin Görüş, Mayıs 2017.  
Büyük markaların yeni gözdesi çocuklar, Nisan 2017.  
Perakendede çoklu kanal yönetimi müşteri deneyimini zenginleştiriyor", Mart 2017.  
Marka Değeri Bir Ülkenin Milli Güç Unsurlarına Etki Edebilir mi?, Şubat 2017.  
İnovasyondan inovasyona fark var, Ocak 2017.  
Nostalji Hazinesini Keşfeden İşletmeler ve Retro pazarlama, Aralık 2016, (Burcu İnci ile birlikte yazılmıştır).  
Atadan kalan eğilimlerimiz sürdürülebilir tüketimi nasıl etkiliyor?, Kasım 2016.  
Bir markamız var ki dünyada benzeri yok: Çılgın Türkler, Eylül 2016.  
Pazarlama bu kadar eleştiriyi hak ediyor mu?, Ağustos 2016.  
Sürdürülebilirlik, rekabet avantajı ve inovasyon: Üçü bir arada olur mu hiç?, Temmuz 2016.  
Bir Marka Olarak Türk Savunma Sanayii, Haziran 2016 (Ahmet Naci Ünal ile birlikte yazılmıştır).  
Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Bütünsel Bakış, Mayıs 2016 (Bora Ersezen ile birlikte yazılmıştır).

Siber uzay: Yeni bir marka mı o?, Nisan 2016 (Ahmet Naci Ünal ile birlikte yazılmıştır).  
 Marka İttifakları ile Değer Yaratmak, Mart 2016.  
 Hizmet sektöründe güçlü marka olmak, Şubat 2016.  
 Çikolatanın Tutkusu, Çileğin Rüyası, Vanilyanın Aşkı, Ocak 2016 (Gizem Pamuk ile birlikte yazılmıştır).  
 Materyalizm ve Markalar, Aralık 2015.  
 Türkiye’de ve dünyada marka boykotları, Kasım 2015.  
 Yeşil Gösterme: Yeşil Pazarlamanın Önündeki Engel, Ekim 2015.  
 Yükselen Trend: Nöropazarlama, Ağustos 2015 (Mustafa Balkaya ile birlikte yazılmıştır).  
 Markanız ne kadar suçlu?, Mayıs 2015 (Filiz Bozkurt ile birlikte yazılmıştır).  
 Gönüllü Sade Yaşam tarzı Yükselişte: Peki Ya Markalar Ne Yapmalı?, Şubat 2015 (Filiz Bozkurt ile birlikte yazılmıştır).  
 Şehir pazarlaması ve marka şehirler yaratmak, Mart 2015 (Filiz Bozkurt ile birlikte yazılmıştır).  
 Sağlıklı Yaşam Trendi Pazarlama Dünyasını Nasıl Etkiliyor?, Eylül 2014 (Filiz Bozkurt ile birlikte yazılmıştır).  
 Sürdürülebilir Pazarlama Mümkün mü?, Temmuz 2014.

#### 8. Projeler

Tübitak 1001- ‘Geri Dönüştürülmüş Sürdürülebilir Ürün Mesajlarının Tüketici Algısı ve Davranışı Açısından İncelenmesi’ başlıklı projede araştırmacı olarak görev yapmaktadır (Temmuz 2021-devam)

#### 9. İdari Görevler

Bahçeşehir Üniversitesi MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölüm Başkanı, 2015-.....

#### 10. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği (PPAD)

#### 11. Ödüller

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

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati		Öğrenci Sayısı
			Teorik	Uygulama	
2020	Bahar	Practicing Sustainability (Lisans)	3	-	50
		Sürdürülebilir Yaşam (Lisans)	3	-	46
		2030 Gündemine Giriş (Lisans)	3	-	53
		Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler (Lisans)	2	-	2
		Consumer Behaviour (Yüksek Lisans)	3	-	41
2021	Güz	Practicing Sustainability (Lisans)	3	-	59

		Sürdürülebilir Yaşam (Lisans)	3	-	56
		2030 Gündemine Giriş (Lisans)	3	-	61
		Consumer Behaviour (Yüksek Lisans)	3	-	40
<b>2021</b>	<b>Bahar</b>	Sürdürülebilir Yaşam (Lisans)	3	-	55
		Practicing Sustainability (Lisans)	3	-	54
		2030 Gündemine Giriş (Lisans)	3	-	58
		Marketing Strategy (Yüksek Lisans)	3	-	14
<b>2022</b>	<b>Güz</b>	Sürdürülebilir Yaşam (Lisans)	3	-	61
		Practicing Sustainability (Lisans)	3	-	59
		2030 Gündemine Giriş (Lisans)	3	-	60
		Sağlık Kurumlarında Pazarlama (Lisans)	2	-	1
		Managerial Perspectives in Marketing (Doktora)	3	-	2

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