**EK-3**

**ÖZGEÇMİŞ**

**1. Adı Soyadı : SEMA MERCANOĞLU ERİN**

**2. Doğum Tarihi : 01.09.1981**

**3. Unvanı : Dr.Ögr.Üyesi**

**4. Öğrenim Durumu : Doktora**

**5. Çalıştığı Kurum :İstanbul Gelişim Üniversitesi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Derece** | **Üniversite** | **Alan / Bilim Dalı** | **Yıl** |
| **Doktora** | **Hasan Kalyoncu Üniversitesi** | **SBE. İşletme ABD. İşletme** | **2014-2018** |
| **Yüksek Lisans** | **Bahçeşehir Üniversitesi** | **SBE. Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi** | **2006-2008** |
| **Lisans** | **Marmara Üniversitesi** | **BSYO.Bankacılık** | **2001-2006** |

**5. Akademik Unvanlar**

Dr. Öğretim Üyesi Tarihi : 07.2019

Doçentlik Tarihi :

Profesörlük Tarihi :

**6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri**

**6.1**. Yüksek Lisans Tezleri

**6.2.** Doktora Tezleri

*“Perakende akaryakıt sektöründe şirket itibarı, şirkete güven ve marka memnuniyetinin marka güven ve marka sadakatine etkisi”* Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.

**7. Yayınlar**

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

**7.2**. Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayınlanan makalele

**1. “***Mental İyi Oluş Hali ve Hedonik Tüketim Davranışının Çift Yönlü Etkileşimine Yönelik Bir Araştırma: Yapısal Eşitlik Modeli Uygulaması”* International Journal of Management and Social Researches, (15) 66-79,2021

**7.3.** Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabındabasılan bildiriler

1. Sema Mercanoğlu Erin (2020).“ *Eğitim Sektöründe Kurumsal İtibarın Marka Sadakatine Etkisi* ” 18.Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi, Tam Metin Bildiri

2. Sema Mercanoğlu Erin, Hande Ayhan Gökçek (2021).“ *Mental İyi Oluş Hali ve Hedonik Tüketim Davranışının Çift Yönlü Etkileşimine Yönelik Bir Araştırma: Yapısal Eşitlik Modeli Uygulaması”* UYSAD VI. Uluslararası Yönetim ve Sosyal Bilimler Kongresi, Tam Metin Bildiri

3. Sema Mercanoğlu Erin, Hande Ayhan Gökçek, Bilge Turp Gölbaşı (2021). “*A Study of Consumer Behaviors Within E-Commerce Payment Methods*” 5. International Congress of Academic Research, Özet Bildiri

4. Sema Mercanoğlu Erin, Hande Ayhan Gökçek, Bilge Turp Gölbaşı (2021).“ *A Comparative Look at E-commerce and Consumption Habits in the Covid19 Pandemic Era*” 3. International Congress of Multidisciplinary Social Sciences, Özet Bildiri

5. Sema Mercanoğlu Erin, Gökçen Gökmen(2021) “Culture’s Influence to Brand at Global Market” Uluslararası Ege Bilimsel Araştırmalar Sempozyumu (UEBAS`21),Özet Bildiri

6. Sema Mercanoğlu Erin, Abdullah Dinçşahin (2021) “ Barriers to Global Branding and The Metaverse ” Uluslararası Ege Bilimsel Araştırmalar Sempozyumu (UEBAS`21)Özet Bildiri

7.Sema Mercanoğlu Erin,(2022), “Evaluation of Workshop Outcomes Education Brand Example, Online International Conference on Empirical Economics and Social Sciences (e-ICEESS’22),Tam Metin Bildiri

8. Sema Mercanoğlu Erin ,(2022), The Effect Of Social Media From Brand Marketing Methods On E-Commerce**,** International Symposium on Current Development in Science ,Technology and Social Sciences, (BİLTEK’22),Özet Bildiri

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

1. Mercanoğlu Erin, S. **“***Marka memnuniyetinin, marka sadakati ve güvenine etkisi (Uygulamalı)*” Hiperlink Yayınları, İstanbul, Nisan 2020 ISBN: 97860528189786052818972
2. Mercanoğlu Erin, S. “*Değişen Pazarlama Anlayışı, Yeni Pazarlama Yaklaşımları ll* ” Editör, Akçi Yavuz, Kılınç Kazım, Yıldız Arif, Nobel Yayınları, İstanbul, Haziran 2020 ISBN: 978-625-402-361-3
3. Mercanoğlu Erin, S. “Pazarlama İlkeleri” Editör, Durmaz Yakup, Seçkin Yayıncılık, Ankara, Ekim 2020 ISBN:978-975-02-6386-6
4. Mercanoğlu Erin, S. “Turizm İşletmelerinde Modern Pazarlama Yönetimi” Editör ,Derya Özilhan Özbey, Detay Yayıncılık, Ankara, Aralık 2020, ISBN:978-605-254-319
5. Mercanoğlu Erin, S. “Dijital Yönetim, Pazarlama, Medya” Editör Hande Ayhan Gökçek, Nobel Yayınları, İstanbul,Ocak2021 ISBN:978-625-439-031-9
6. Mercanoğlu Erin, S. “Dijitalleşen Dünyada Pazarlama” Editör Dr. Mehmet Sağlam, Nobel Yayınları, Ankara, Mayıs2021,ISBN:978-625-7589-12-3

**7.5.** Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

1. *“Perakende akaryakıt sektöründe şirket itibarı, şirkete güven ve marka memnuniyetinin marka güven ve marka sadakatine etkisi”* Çukurova Araştırmaları Dergisi,(6) 107-122, 2018.
2. *“The Effect Of Trade Policy Uncertaities On The USA's Foreign Trade Balance Aganist China: An Analysis With Structural Breaks, Journal of Management and Economics Research Cilt/Volume: 20 Sayı/Issue: 2 Haziran/June 2022 ss. /pp. 1-22 O. Özçelik http://dx.doi.org/10.11611/yead.952432*

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

**7.7.** Diğer yayınlar

**8. Projeler**

**9. İdari Görevler:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Görev Ünvanı** | **Görev Yeri** | **Tarih** |
| Hasan Kalyoncu Üniversitesi  Dr.Öğr.Üy.(Bankacılık ve Finans Programı)Sürekli Eğitim ve Araştırma Merkezi Müdürü | Gaziantep/İstanbul | 02.2022-……….. |
| İstanbul Gelişim Üniversitesi Dr.Ögr.Üyesi (Uluslararası Ticaret Bölüm Başkan Yardımcısı ve Sosyal Medya Kordinatörü) | İstanbul | 07.2019-02. 2022 |
| Turkcell Doğu Marmara Bölge Müdürü | Bursa | 11.2010-11.2013 |
| Uludağ Üniversitesi Misafir Öğretim Üyesi | Bursa | 01.2012-06.2012 |
| Secretcv Bölge Satış Müdürü | Bursa | 03.2010-11.2010 |
| Citibank A.Ş. Satış Takım Lideri | İstanbul | 05.2005-10.2009 |

**10. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler**

**11. Ödüller**

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

**doldurunuz.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Yıl | Dönem | Dersin Adı | Haftalık Saati | | Öğrenci Sayısı |
| Teorik | Uygulama |
| 2021-2022 | Bahar | Türkiye Ekonomisi | 2 |  | 15 |
| 2021-2022 | Bahar | Bankacılık ve Sigorta Pazarlaması | 3 |  | 18 |
| 2021-2022 | Güz | Bankacılık İşlemleri | 3 |  | 2 |
| 2021-2022  **(Yükseklisans)** | Güz | Uluslararası Marka Yönetimi | 3 |  | 33 |
| 2021-2022 | Güz | Satış Yönetimi | 3 |  | 27 |
| 2021-2022 | Güz | Uluslararası Ticarette Hizmet Pazarlaması | 3 |  | 23 |
| 2020-2021 | Bahar | Müşteri İlişkileri Yönetimi | 3 |  | 54 |
| 2020-2021 | Bahar | Bankacılık İşlemleri | 3 |  | 26 |
| 2020-2021 | Bahar | Tüketici Davranışları | 3 |  | 48 |
| 2020-2021 | Bahar | Uluslararası Pazarlama Araştırmaları | 3 |  | 39 |
| 2020-2021 | Bahar | Kültürlerarası İletişim | 3 |  | 36 |
| 2020-2021 | Güz | Bankacılık İşlemleri | 3 |  | 10 |
| 2020-2021 | Güz | Bankacılığa Giriş | 3 |  | 32 |
| 2020-2021 | Güz | Satış Yönetimi | 3 |  | 47 |
| 2020-2021 | Güz | Uluslararası Ticarette Hizmet Pazarlaması | 3 |  | 22 |
| 2020-2021  **(Yüksek Lisans**) | Güz | Bilim Felsefesi ve Metodolojisi | 3 |  | 18 |
| 2019-2020 | Bahar | Müşteri İlişkileri Yönetimi | 3 |  | 36 |
| 2019-2020 | Bahar | Tüketici Davranışları | 3 |  | 83 |
| 2019-2020 | Bahar | Uluslararası Pazarlama Araştırmaları | 3 |  | 50 |
| 2019-2020 | Bahar | Kültürlerarası İletişim | 3 |  | 51 |
| 2019-2020 | Bahar | Bankacılık İşlemleri | 3 |  | 30 |
| 2019-2020  **(Yüksek Lisans**) | Güz | Girişimcilik | 3 |  | 7 |
| 2019-2020 | Güz | Güncel Ekonomik Sorunlar | 3 |  | 60 |
| 2019-2020 | Güz | Türkiye Ekonomisi | 3 |  | 35 |
| 2019-2020 | Güz | Bireysel ve Kurumsal Bankacılık | 3 |  | 29 |
| 2019-2020 | Güz | Bankacılık İşlemleri | 3 |  | 35 |
| 2011-2012 | Bahar | Hizmet Pazarlaması | 3 |  | 30 |
| 2011-2012**(ikinci Öğretim)** | Bahar | Hizmet Pazarlaması | 3 |  | 30 |