

Prof. Dr. Ayşen AKYÜZ

Kişisel Bilgiler

Fax Telefonu: [+90 0532 631 5315](tel:+9005326315315)

E-posta: aakyuz@medipol.edu.tr

Diğer E-posta: aakyuzaysen@gmail.com

Web: <https://avesis.medipol.edu.tr/aakyuz>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: 3OC7Tp4AAAAJ

ORCID: 0000-0003-0634-9601

Publons / Web Of Science ResearcherID: ABT-5594-2022

ScopusID: 56004743100

Yoksis Araştırmacı ID: 23930

Eğitim Bilgileri

Lisans, Marmara Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1993 - 1997

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

Doktora, Sponsorluk ve İmaj Transferi: F1 Petrol Ofisi Türk Grand Prix' si Üzerine Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi, 2008

Araştırma Alanları

Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık Bölümü, 2016 - Devam Ediyor

Dr. Öğr. Üyesi, Beykent Üniversitesi, İİBF, İşletme İngilizce, 2009 - 2016

Akademik İdari Deneyim

İstanbul Medipol Üniversitesi, 2017 - Devam Ediyor

İstanbul Medipol Üniversitesi, 2016 - Devam Ediyor

Beykent Üniversitesi, 2014 - 2016

Beykent Üniversitesi, 2011 - 2014

Verdiği Dersler

Girişimcilik, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2019 - 2020
Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020
Dijital Pazarlama, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2019 - 2020
İşletmeye Giriş, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2019 - 2020
Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2022 - 2023
Yönetim ve Organizasyon, Ön Lisans, 2022 - 2023
Marka İletişimi ve Yönetimi, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2019 - 2020
Tüketici Davranışları, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022
Müşteri Deneyimi Yönetimi, Lisans, 2021 - 2022
Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, Lisans, 2021 - 2022, 2019 - 2020
İşletme Yönetimi ve Organizasyonu, Lisans, 2019 - 2020
Marketing, Lisans, 2014 - 2015
İşletme bitirme projesi, Lisans, 2014 - 2015
Sales Management, Lisans, 2014 - 2015, 2013 - 2014
Hizmet Pazarlaması, Lisans, 2014 - 2015
Pazarlama Araştırması Projesi, Lisans, 2014 - 2015, 2013 - 2014
Professional Orientation and Introduction to Business, Lisans, 2014 - 2015, 2013 - 2014
International Business Management, Lisans, 2014 - 2015, 2013 - 2014
Global Marketing, Lisans, 2014 - 2015
Marketing Management, Lisans, 2014 - 2015, 2013 - 2014
İnsan Kaynakları Yönetimi, Lisans, 2014 - 2015
Uluslararası İşletmecilik, Lisans, 2014 - 2015, 2013 - 2014
Müşteri İlişkileri yönetimi, Lisans, 2013 - 2014
Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2013 - 2014
services marketing, Lisans, 2013 - 2014
Uluslararası İşletmecilik, Yüksek Lisans, 2013 - 2014

Yönetilen Tezler

Ayşen A., Instagram'da Beden İmgesi: Fitspiration Etkisi, Yüksek Lisans, İ.KESKİNKAYA(Öğrenci), 2023
Ayşen A., Çevrim içi oyunlarda hile davranışının oyun topluluğundaki iz düşümleri, Yüksek Lisans, Ö.FURKAN(Öğrenci), 2022
Ayşen A., Pazarlama iletişimi bağlamında devlet ve vakıf üniversitelerinde kurumsal iletişim çalışmaları, Yüksek Lisans, Ö.ÇAKKAL(Öğrenci), 2020
Ayşen A., Türkiye'deki tüketicilerin satın alma karar süreçlerinde televizyon reklamlarının rolü, Yüksek Lisans, A.CAN(Öğrenci), 2016
Ayşen A., Marka kimliği kişiliği ve imajı: Apple ve Samsung üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, B.BİRCAN(Öğrenci), 2016

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- MATERYALİST TUTUM VE PRESTİJ HASSASİYETİ BAĞLAMINDA KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
AKYÜZ A., TEMELLİ COŞGUN A.
Akademik Hassasiyetler, cilt.11, sa.24, ss.692-719, 2024 (Hakemli Dergi)
- Determinant Factors Influencing Impulse Buying Behavior of Turkish Customers in Supermarket Setting**

- AKYÜZ A.
International Journal of Research in Business and Social Science, cilt.7, sa.1, 2018 (Hakemli Dergi)
- III. **The Use of Fear Appeals for Anti-Smoking Advertising Campaigns: a Survey on Turkish Youth**
AKYÜZ A.
International Journal of Social Science and Economic Research, cilt.2, sa.2, ss.2434-2449, 2017 (Hakemli Dergi)
- IV. **Determinant factors influencing eWOM**
Akyüz A.
Mediterranean Journal of Social Sciences, cilt.4, sa.11, ss.159-166, 2013 (Scopus)
- V. **Sosyal Medyada Müşteri Etkileşimi ve Firmalar Açısından Önemi**
AKYÜZ A.
Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.2, sa.1, ss.5-22, 2013 (Hakemli Dergi)
- VI. **Reklama Yönelik Tutum Belirleyici Faktör Olarak İnançlar**
AKYÜZ A.
Marmara İletişim Dergisi, sa.17, ss.214-227, 2010 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Pazarlama ve Dijital Dönüşüm**
Akyüz A.
Alfa Yayınları, İstanbul, 2023
- II. **Sustainability, Corporate Social Responsibility and Renewable Energy: The Key Takeaways**
Akyüz A., Temelli Coşgun A.
Economic Development and the Environmental Ecosystem: The Role of Energy Policy in Economic Growth, HASAN DİNÇER, SERHAT YÜKSEL, Editör, Springer, London/Berlin, Bern, ss.127-140, 2023
- III. **An Empirical Study on Consumer Attitudes Toward Renewable Energy in Turkey**
AKYÜZ A., ELCİL Ş.
Renewable Energy Investments for Sustainable Business Projects, Dinçer, Hasan; Yüksel, Serhat, Editör, Emerald Publishing Limited, Bingley, ss.191-203, 2023
- IV. **Pazarlamanın Dijital Dönüşümü**
AKYÜZ A.
Pazarlama ve Dijital Dönüşüm, Akyüz, Ayşen, Editör, Alfa Yayınları, İstanbul, ss.11-20, 2023
- V. **Oyunlaştırma**
AKYÜZ A.
Medyada Güncel Kavramlar, Aydoğan, Filiz., Editör, Nobel, İstanbul, ss.173-178, 2023
- VI. **Marketing and Financial Services in the Age of Artificial Intelligence**
AKYÜZ A., MAVNACIOĞLU K.
Financial Strategies in Competitive Markets: Multidimensional Approaches to Financial Policies for Local Companies, Dinçer, Hasan; Yüksel, Serhat, Editör, SPRINGER, Cham, ss.327-340, 2021
- VII. **Glokal Reklamcılık**
AKYÜZ A.
Reklamcılığın Evrimi: Kavramlar, Süreç ve Yeni Yönelimler, Erdoğan, Eda; Akbulut, Nesrin; Talih, Duygu, Editör, Gazi Yayınevi, Ankara, ss.269-289, 2021
- VIII. **Brand coolness in a competitive environment: An empirical study on Starbucks Turkey**
AKYÜZ A., PINARBAŞI F.
Strategic Priorities in Competitive Environments, Dinçer, Hasan; Yüksel, Serhat, Editör, Springer, Cham, ss.341-356, 2020
- IX. **Attitude and Purchase Intention Towards Smartwatches: An Empirical Research on the Innovative Wearable Technology Field**
AKYÜZ A., KARAMEHMET ALTUNTAŞ B.
Handbook of Research on Managerial Thinking in Global Business Economics, Dinçer, Hasan; Yüksel, Serhat, Editör,

IGI Global, Hershey, ss.41-57, 2019

- X. **Corporate Scandals Involving Social Media: Cases From Turkey**
AKYÜZ A.
Handbook of Research on Global Issues in Financial Communication and Investment Decision Making, Dinçer, Hasan ; Yüksel, Serhat, Editör, IGI Global, Hershey, PA, ss.442-456, 2019
- XI. **Fan Identification and Attitude Towards Sponsorship: an Emprical Research**
AKYÜZ A.
Football in Turkey with All Aspects, Demir, Müge, Editör, Globe Edit, Riga, ss.5-20, 2018
- XII. **Spor Sponsorluğu ve İmaj Transferi**
AKYÜZ A.
ALFA, İstanbul, 2017
- XIII. **Tüketicinin Karar Verme Sürecinde Rasyonel ve Duygusal Reklamların Rolü**
AKYÜZ A.
İletişim Çalışmaları, Aydoğan, Filiz, Editör, Der Yayınevi, İstanbul, ss.97-110, 2015
- XIV. **Sosyal Medya, Müşteri Etkileşimi ve Sosyal CRM**
AKYÜZ A.
Sosyal Medya Araştırmaları 1 Sosyalleşen Birey, BÜYÜKASLAN, ALİ; KIRIK, ALİ MURAT, Editör, ÇİZGİ KİTABEVİ, İstanbul, ss.285-300, 2013
- XV. **Marka Kişiliği ve Tüketici Kişiliği Arasındaki İlişkinin Boyutlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma**
AKYÜZ A., AKGÜN S.
Pazarlama İşletme Yönetimi ve Eğitiminde Seçilmiş Yazılar Prof Dr Selime Sezgin e Armağan, URAY, NİMET; BURNAZ, ŞEBNEM; KARAOSMANOĞLU, ELİF; BAŞ, AYŞE BANU E., ULUBAŞOĞLU, GONCA; AKTAN, CANAN; DEMİRAY, MELEK, Editör, Beta Yayınevi, İstanbul, ss.3-23, 2011
- XVI. **Yeni Medya Uygulamalarında Bütünleşik İletişim ve Reklamlarda Ünlü Kullanımı Stratejisi**
AKYÜZ A.
İkinci Medya Çağında İnternet, Aydoğan, Filiz Akyüz, Ayşen, Editör, ALFA YAYINEVİ, İstanbul, ss.166-192, 2010

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Foreign Direct Investment Strategy in International Marketing: The Case of Turkey**
ERCİLASUN M., AKYÜZ A., DÖNER A. S.
International Conference of Eurasian Economies 2015, Kazan, Rusya, 01 Eylül 2015, ss.113-119
- II. **The Effectiveness of Using Humor Appeal in Advertising The Key Takeaways**
AKYÜZ A.
15th EBES Conference, LİZBON, Portekiz, 8 - 10 Ocak 2015, cilt.4, ss.2342-2346
- III. **The Role of Advertising During Recession**
AKYÜZ A., ERCİLASUN M.
International Conference on Eurasian Economies 2014, ÜSKÜP, Makedonya, 1 - 03 Temmuz 2014, ss.199-205