

Prof. SEVGİ AYŞE ÖZTÜRK

Personal Information

Email: sozturk@anadolu.edu.tr

Web: <https://avesis.anadolu.edu.tr/sozturk>

Education Information

Doctorate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), Turkey 1989 - 1994

Doctorate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), Turkey 1989 - 1994

Postgraduate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (YI) (Tezli), Turkey 1986 - 1988

Undergraduate, Bogazici University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Turkey 1982 - 1986

Foreign Languages

English, C1 Advanced

Dissertations

Doctorate, Tüketicilere yönelik satış tutundurma faaliyetleri ve planlama süreci: Tüketim malları üreten işletmelerde bir araştırma, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), 1993

Doctorate, Tüketicilere yönelik satış tutundurma faaliyetleri ve planlama süreci: Tüketim malları üreten işletmelerde bir araştırma, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), 1993

Postgraduate, Basın işletmelerinde dağıtım kanalları ve Türkiye'xxdeki durum, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (YI) (Tezli), 1988

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Marketing

Academic Titles / Tasks

Professor, Anadolu University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ (İİBF), 2006 - Continues

Academic and Administrative Experience

Anadolu University, 2008 - 2020

Anadolu University, 2017 - 2019

Anadolu University, 2013 - 2017

Courses

Doctorate

Uluslararası Pazarlama, Doctorate, 2024 - 2025

Postgraduate

Hizmet İşletmelerinde Pazarlama Stratejileri ve Araştırmaları, Postgraduate, 2023 - 2024

Marketing Strategy Concepts and Practices, Postgraduate, 2024 - 2025

Pazarlama Yönetimi, Postgraduate, 2013 - 2014

Undergraduate

Marketing Management, Undergraduate, 2013 - 2014

Hizmet Pazarlaması, Undergraduate, 2013 - 2014

Principles of Marketing, Undergraduate, 2013 - 2014

Supervised Theses

Öztürk S. A., Tüketici zenosentrizminin ürün değerlendirmesi aracılığıyla yabancı ürün satın alma niyetine etkisi: Ürünün toplumsal görünürlüğünün düzenleyici rolü, Doctorate, B.ÖZDEMİR(Student), 2024

Öztürk S. A., The portrayal of green marketing practices in advertisements: A content analysis of fast-fashion brands advertisements in YouTube, Postgraduate, S.DÜZLEYEN(Student), 2023

Öztürk S. A., FoMO ve kıtlık mesajlarının satın alma niyeti üzerindeki etkisi: indirimli ürünler üzerinde bir araştırma, Postgraduate, D.YÜKSEL(Student), 2023

Öztürk S. A., Influence of negative and positive eWOM information on consumers' purchasing intentions, Postgraduate, D.DOĞAN(Student), 2023

Öztürk S. A., Kadın tüketicilerin moda yaşam tarzlarının belirlenmesine yönelik kümeleme analizi, Doctorate, H.ÖZTAY(Student), 2021

Öztürk S. A., The effect of media on intention to undergo surgical and non-surgical cosmetic procedures, Doctorate, M.TOOTOONCHI(Student), 2021

Öztürk S. A., The effect of country image on country brand equity: The moderating role of political leaders, Doctorate, A.ABDULKAREM(Student), 2020

Öztürk S. A., The effect of customer-to-customer interaction on perceived value: Moderating effect of customer's dependency orientation, Doctorate, A.MIRZAEI(Student), 2019

Öztürk S. A., Çeyize yönelik tüketim olgusunu kuşaklararası anlamak:Fenomenolojik bir araştırma, Doctorate, S.FINDIKLI(Student), 2019

Öztürk S. A., Perakende kuruluşlarda yeni teknolojiler ve gıda perakendeciliğinde kullanımına ilişkin bir araştırma, Postgraduate, H.DEMİR(Student), 2007

SEVGİ AYŞE Ö., Pazarlama-çevre ilişkisi ve Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin tüketici olarak çevreye ilgili tutum ve davranışlarını belirlemeye yönelik bir araştırma, Postgraduate, H.DURALI(Student), 2002

Articles Published in Other Journals

- I. **Determining Today's Fashion Lifestyle Dimensions: A Scale Development Study**
Cagan H. O., ÖZTÜRK S. A.
JOURNAL OF MEHMET AKIF ERSOY UNIVERSITY ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY, no.1, pp.243-263, 2024 (ESCI)
- II. **How cosmetic surgeons portray cosmetic procedures through Instagram? A content analysis on cosmetic surgeons' posts on Instagram**
Tootoonchi Tabrizi M., ÖZTÜRK S. A.
HEALTH MARKETING QUARTERLY, vol.39, no.1, pp.43-60, 2022 (Scopus)
- III. **Modanın Farklı Kümeleri: Türkiye'de Moda Yaşam Tarzları Üzerine Bir Araştırma**
ÖZTAY H., ÖZTÜRK S. A.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 2022 (Peer-Reviewed Journal)

- IV. **Yeni Bir Dijital Varlık Olarak NFT: Pazarlama Dünyasındaki Yeri Üzerine Değerlendirmeler**
ÖZTÜRK S. A.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.22, no.4, pp.1151-1164, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **COMPARING ONLINE SHOPPER AND NON-SHOPPER ELDERLY CONSUMERS BASED ON THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR: HOW DO THE DEMOGRAPHIC FACTORS MAKE A DIFFERENCE**
ÖZTÜRK S. A., YÜKSEL S.
Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.14, no.2, pp.8-24, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Bankacılık Sektöründe Olumsuz Müşteri Davranışları:Tipoloji Oluşturma ve Demografik Özelliklerin Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
Özcan B. Ö., ÖZTÜRK S. A.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.12, no.2, pp.265-310, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Tüketici Düşmanlığının Ülke İmajı, Ürün Değerlendirme ve Yabancı Ürün Satın Alma İsteğine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
Öztürk S. A., Özata F. Z., Erol F.
İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.6, no.1, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **BEYNİMİZ VE DİLİMİZ AYNI MI KONUŞUYOR? ANKET VE EEG YÖNTEMLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI: MARKA KİŞİLİĞİ ÖLÇÜMÜ AÇISINDAN BİR ARAŞTIRMA**
ÖZTÜRK S. A., YÜCEL N., BAYIR T.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, vol.4, no.1, pp.139-176, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Turkish versus English? İngilizce Marka Adlarının Tüketici Tutumları ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi**
Öztürk S. A., Özata F. Z., Ağlargöz F.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.17, no.4, pp.137-150, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **BİLMEK Mİ SEVMEK Mİ? BİLİŞSEL VE DUYGUSAL ÜLKE İMAJININ ÜRÜN İMAJI VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ ÜZERİNE KÜLTÜRLER ARASI BİR ÇALIŞMA**
ÖZTÜRK S. A., DOĞAN ÇİFCİ S., Abbas M., ÖGEL S., Gümüş C.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.10, no.19, pp.79-102, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Sanat ve Pazarlamanın Sıra Dışı Birlikteliği**
AĞLARGÖZ F., ÖZTÜRK S. A.
İleti-ş-im, vol.12, no.23, pp.169-189, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Marka Topluluğundan Beklenen Faydalar ve Markaya Adanmışlık İlişkisi:Gnctrkcll Marka Topluluğu Üyeleri Üzerinde Bir Araştırma**
Aslan M., ÖZTÜRK S. A.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, vol.1, no.2, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Sanat Dünyasının Kültürel Aracıları: Türkiye'deki Sanat Galerilerinin Profili**
AĞLARGÖZ F., ÖZTÜRK S. A.
SDÜ Arte - Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, vol.8, no.15, pp.27-51, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **One person can make a difference - although branding a place is not a one-man show**
Hakala U., ÖZTÜRK S. A.
PLACE BRANDING AND PUBLIC DIPLOMACY, vol.9, no.3, pp.182-188, 2013 (ESCI)
- XV. **Leisure book reading and purchasing: An analysis of Turkish consumers**
Öztürk S. A., Sevim N., Eroglu E.
International Journal of Consumer Studies, vol.30, no.4, pp.378-388, 2006 (Scopus)
- XVI. **A cross-cultural comparison of business ethics: cases of Russia, Slovenia, Turkey, and United States**
Hisrich R., Bucar B., Öztürk S. A.
CROSS CULTURAL MANAGEMENT, vol.10, no.1, pp.3-28, 2003 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **Ülkelerin Marka Olma Sürecinde Türk Markasının Değeri ve Rekabet Gücü Üzerine Bir Degerlendirme**
ÖZTÜRK S. A.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.2, no.8, pp.52-60, 2002 (Non Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **Hizmet Kalitesi Ölçümünde Yeni Bir Yaklaşım Kritik Olaylar Tekniği**
ÖZTÜRK S. A.

ANATOLIA, vol.11, no.1, pp.57-68, 2000 (Peer-Reviewed Journal)

XIX. Women Enrpneurs in a Developing Economy

Hisrich R., Öztürk S. A.

JOURNAL OF MANAGEMENT DEVELOPMENT, vol.18, no.2, pp.114-125, 1999 (Scopus)

XX. Sales promotion practices of consumer goods companies in an advanced developing country

Kaynak E., Kucukemiroglu O., ÖZTÜRK S. A.

International Journal of Advertising, vol.17, no.2, pp.213-231, 1998 (Scopus)

XXI. Hizmet İşletmelerinde Kalite Boyutları ve Kalitenin Artırılması

ÖZTÜRK S. A.

Verimlilik Dergisi, 1996 (Non Peer-Reviewed Journal)

Books

I. Bilgi Ekonomisi ve Elektronik Ticaret

OKAN N., GÜNŞOY B., EKERGİL V., ÖZTÜRK S. A., KAĞNİCİOĞLU C. H., HACIKÖYLÜ C.

in: Elektronik Ticaret, A. A. Karagül, Editor, Anadolu Üniversitesi Yayını, No. 2140; Açıköğretim Fakültesi Yayını, No: 1168, Eskişehir, pp.2-23, 2019

II. 12. Bölüm: İnsan Kaynakları Yönetimi

BENLİGİRAY S., OKTAL Ö., ÖZTÜRK S. A., SAĞLAM N., TURAN N., ÜRPER Y.

in: Genel İşletme- İlkeler ve İşlevler, Sevgi Ayşe Öztürk, Editor, Nisan Kitabevi, Eskişehir, pp.292-316, 2017

III. 13. Bölüm: Kurumsal İletişim

BENLİGİRAY S., OKTAL Ö., ÖZTÜRK S. A., SAĞLAM N., TURAN N., ÜRPER Y.

in: Genel İşletme- İlkeler ve İşlevler, Sevgi Ayşe Öztürk, Editor, Nisan Kitabevi, Eskişehir, pp.320-340, 2017

IV. Yönetim İşlevi

BENLİGİRAY S., ÖZTÜRK S. A., TURAN N., SAĞLAM N., OKTAL Ö., ÜRPER Y.

in: Genel İşletme İlkeler ve İşlevler Güncellenmiş 2. Baskı, Sevgi Ayşe Öztürk, Editor, Nisan Kitabevi, pp.166-187, 2017

V. 2. Bölüm: Temel İşletmecilik Kavramları

BENLİGİRAY S., OKTAL Ö., ÖZTÜRK S. A., SAĞLAM N., TURAN N., ÜRPER Y.

in: Genel İşletme-İlkeler ve İşlevler, A.Sevgi Öztürk, Editor, Nisan Kitabevi, pp.18-36, 2017

VI. 3. Bölüm: Tarihsel Süreç İçinde İşletmeler

BENLİGİRAY S., OKTAL Ö., ÖZTÜRK S. A., SAĞLAM N., TURAN N., ÜRPER Y.

in: Genel İşletme- İlkeler ve İşlevler, Sevgi Ayşe Öztürk, Editor, Nisan Kitabevi, pp.40-66, 2017

VII. 5. Bölüm: İşletmelerin Önemi, Amaçları ve Çevresel Unsurları

BENLİGİRAY S., OKTAL Ö., ÖZTÜRK S. A., SAĞLAM N., TURAN N., ÜRPER Y.

in: Genel İşletme- İlkeler ve İşlevler, Sevgi Ayşe Öztürk, Editor, Nisan Kitabevi, Eskişehir, pp.112-136, 2017

VIII. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı

TURAN N., SAĞLAM N., ÖZTÜRK S. A., ÜRPER Y., OKTAL Ö., BENLİGİRAY S.

in: Genel İşletme İlkeler ve İşlevler, Sevgi Ayşe Öztürk, Editor, Detay Yayıncılık, Ankara, pp.424-440, 2017

IX. Hizmet Pazarlaması Kuram Uygulama ve Örnekler

ÖZTÜRK S. A.

Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2015

X. Yönetim İşlevleri

BENLİGİRAY S., OKTAL Ö., SAĞLAM N., ÖZTÜRK S. A., ÜRPER Y., TURAN N.

in: Genel İşletme İlkeler ve İşlevler, Sevgi Ayşe Öztürk, Editor, Detay Yayıncılık, Ankara, pp.191-213, 2014

XI. İŞLETME TÜRLERİ

TURAN N., OKTAL Ö., BENLİGİRAY S., SAĞLAM N., ÖZTÜRK S. A., ÜRPER Y.

in: GENEL İŞLETME, SEVGİ AYŞE ÖZTÜRK, Editor, DETAY YAYINCILIK, Ankara, pp.85-125, 2014

XII. İŞLETMELERİN KURULUŞU

TURAN N., ÜRPER Y., ÖZTÜRK S. A., SAĞLAM N., BENLİGİRAY S., OKTAL Ö.

in: GENEL İŞLETME, SEVGİ AYŞE ÖZTÜRK, Editor, DETAY YAYINCILIK, Ankara, pp.161-187, 2014

XIII. Elektronik Ticarete Güvenlik

Ekerkil V., Hacıköylü C., Karagül A. A., Öztürk S. A., Kağnıcıoğlu C. H., Okan N.

in: Elektronik Ticaret, Karagül, Arman Aziz, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.48-69, 2013

XIV. Pazarlama Kavramlar İlkeler Kararlar 'xxCilt 2'xx

ESER Z., KORKMAZ S., ÖZTÜRK S. A.

Siyasal Kitabevi, 2011

XV. Pazarlama Kavramlar İlkeler Kararlar

KORKMAZ S., ESER Z., ÖZTÜRK S. A., Işın F. B.

Siyasal Kitabevi, 2009

Papers Published in Refereed Scientific Meetings

- I. **Marka Kişiliği Algısının Ölçümünde EEG Yöntemi,**
ÖZTÜRK S. A., YÜCEL N., BAYIR T.
16. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Ege Üniversitesi, KUŞADASI, Turkey, 4 - 06 May 2017, pp.171-175
- II. **MARKA KİŞİLİĞİ ALGISININ ÖLÇÜMÜNDE EEG YÖNTEMİ**
ÖZTÜRK S. A., YÜCEL N., BAYIR T.
16. ULUSAL İŞLETMECİLİK KONGRESİ, Aydın, Turkey, 4 - 06 May 2017
- III. **How foreign branding effect brand personality and purchase intention**
ÖZTÜRK S. A., ÖZATA F. Z., AĞLARGÖZ F.
IISES, Business & Management Conference, Vienna, 21 - 24 June 2015, pp.283
- IV. **How Foreign Branding Affect Brand Personality and Purchase Intention?**
ÖZTÜRK S. A., ÖZATA F. Z., AĞLARGÖZ F.
International Institute of Social and Economic Sciences (IISES 2015), Viyana, Austria, 21 - 24 June 2015, pp.283-299
- V. **Ortak Tüketmemek: Paylaşma Davranışını Engelleyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma**
ÖZATA F. Z., ER İ., ÖZTÜRK S. A., AĞLARGÖZ F.
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Turkey, 10 - 13 June 2015, vol.2, pp.625-626
- VI. **BİLDİRİLER Sharing as a New Way of Consumption Yazar(lar): AĞLARGÖZ FEYZA Etkinlik Adı: Summer Global Business Conference 2015 Etkinlik Tarihi: 30.09.2015 - 03.10.2015 Uluslararası Özet bildiri Yayınlanmış HOW FOREIGN BRANDING AFFECT BRAND PERSONALITY AND PURCHASE INTENTION? Yazar(lar): ÖZTÜRK SEVGİ AYŞE, ÖZATA FATMA ZEYNEP, AĞLARGÖZ FEYZA Etkinlik Adı: International Institute of Social and Economic Sciences (IISES 2015) Etkinlik Tarihi: 21.06.2015 - 24.06.2015 Uluslararası Tam metin bildiri Yayınlanmış Managing and Organizing in Contexts of Change”, co-sponsored by European Group for Organizational Studies (EGOS) Yazar(lar): AĞLARGÖZ ÖZAN, AĞLARGÖZ FEYZA Etkinlik Adı: Organization & Management Theory (OMT) Division of the Academy of Management, and Organization Studies, “Trojan horse at the gate: A Critical performativity of managerialist clichés Etkinlik Tarihi: 29.10.2014 - 30.10.2015 Uluslararası Poster Yayınlanmış Uses and gratifications theory as a way of understanding college students’ use of social media Yazar(lar): AĞLARGÖZ FEYZA, ÖZATA FATMA ZEYNEP Etkinlik Adı: Uses and gratifications theory as a way of understanding college students’ use of social media Etkinlik Tarihi: 16.09.2012 - 19.09.2013 Uluslararası Özet bildiri Yayınlanmış What it means to be marketing oriented if what you sell is an artistic product? ÖZTÜRK S. A., AĞLARGÖZ F.
4th Workshop on Managing Cultural Organizations, 25 - 26 October 2012**
- VII. **What it means to be marketing oriented if what you sell is an artistic product**
ÖZTÜRK S. A., AĞLARGÖZ F.
4th Workshop on Managing Cultural Organizations, Bolonya, Italy, 25 - 26 October 2012
- VIII. **TURKISH CONSUMERS' EVALUATION OF CHINESE GOODS: DOES THE PERCEPTION VARY ACROSS**

PRODUCT CATEGORIES AND PRODUCT ATTRIBUTES?

ÖZTÜRK S. A., Kaya F.

2nd Annual EuroMed Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Salerno, Italy, 26 - 28 October 2009, pp.1290-1305

IX. CONSUMER ACCULTURATION: RESEARCH ON FOOD CONSUMPTION PATTERNS OF TURKISH IMMIGRANTS IN GERMANY

ÖZTÜRK S. A., SEVİM N.

2nd Annual EuroMed Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Salerno, Italy, 26 - 28 October 2009, pp.1306-1322

X. Consumers' Evaluation of Chinese Goods: The Case of Turkish Consumers

ÖZTÜRK S. A., AĞLARGÖZ F., ALKARA İ., AKIN Ö.

International Journal of Arts Sciences (IJAS) Conference, Gottenheim, Germany, 1 - 04 December 2008, vol.1

XI. An Exploratory Study about Consumers Responses to Functional Foods in Turkey (Tam Metin Bildiri) (Yayın No:2360488)

ÖZTÜRK S. A., KILIÇER T., TAYLAN B.

Sixteenth World Business Congress, 13 May 2007

XII. An Exploratory Study about Consumers' Responses to Functional Foods in Turkey

ÖZTÜRK S. A., KILIÇER T., Taylan B.

16th World Business Congress, Maastricht, Netherlands, 4 - 08 July 2007, vol.16, pp.142-149

Supported Projects

ÖZTÜRK S. A., TUBITAK Project, Almanya daki Türk Göçmenlerin Tüketim Davranışları Ve Tüketici Kültürleşmesi Üzerine Bir Araştırma, Continues

ÖZTÜRK S. A., Project Supported by Higher Education Institutions, İNGİLİZCE MARKA İSİMLERİNİN MARKA KİŞİLİĞİ ALGISI VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ, 2017 - 2017

ÖZTÜRK S. A., Project Supported by Higher Education Institutions, Uluslararası Pazarlarda Türk Hizmet MarkalarınaYönelik Kalite Algısında Ülke İmajı Etkisi: Londra Kahve Dünyası Örneği, 2015 - 2017

ÖZTÜRK S. A., Project Supported by Higher Education Institutions, Bankacılık Sektöründe Banka Müşteri İlişki Düzeyinin Olumsuz Müşteri Davranışlarına Yönelik Tutumlar Üzerindeki Etkisi, 2015 - 2016

Awards

Öztürk S. A., 7. Toplam Kalite Yönetimi Makale Yarışması- Konu: Ülkemizin Marka Değeri ve İhracatın Artmasında Etkileri, Kalder, October 2002

Öztürk S. A., 6. Toplam Kalite Yönetimi Makale Yarışması: Konu: Sivil Toplum Kuruluşlarında Etkin Yönetimin Anahtarı, Kalder, November 2001