

Assoc. Prof. FİLİZ EROĞLU

Personal Information

Office Phone: [+90 286 335 8738](tel:+902863358738) Extension: 1266

Email: filizeroglu@comu.edu.tr

Web: <https://avesis.comu.edu.tr/filizkarahan>

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-3223-953X

Yoksis Researcher ID: 142576

Education Information

Doctorate, Istanbul University, Institute Of Social Sciences, Pazarlama, Turkey 2008 - 2015

Postgraduate, Istanbul Commerce University, Institute Of Social Sciences, Uluslararası Ticaret, Turkey 2006 - 2007

Undergraduate, Marmara University, Faculty Of Economic And Administrative Sciences, İngilizce İşletme, Turkey 1996 - 2002

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Certificates, Courses and Trainings

Education Management and Planning, MAXQDA Nitel Veri Programı, İSMAR Danışmanlık, 2018

Dissertations

Doctorate, Kompulsif Satın Alma Eğiliminde Kişisel Faktörlerin, Postmodern Tüketim Şekillerinin ve Bir Pazarlama Çabası Olarak Reklamın Rolü, Istanbul University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, 2015

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing, Strategic Marketing and Brand Management

Academic Titles / Tasks

Assistant Professor, Canakkale Onsekiz Mart University, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2017 - Continues

Lecturer, Canakkale Onsekiz Mart University, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2016 - 2017

Research Assistant, Canakkale Onsekiz Mart University, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2009 - 2012

Courses

Doctorate

Marketing Theory, Doctorate, 2020 - 2021

Postgraduate

Contemporary Marketing Issues, Postgraduate, 2020 - 2021

Consumer Behaviour, Postgraduate, 2020 - 2021

Stratejik Pazarlama İletişimi, Postgraduate, 2018 - 2019

Undergraduate

Pazarlama Yönetimi, Undergraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Uluslararası Pazarlama, Undergraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Uluslararası Ticaret, Undergraduate, 2017 - 2018

Müşteri İlişkileri Yönetimi, Undergraduate, 2018 - 2019

Siyasal Pazarlama, Undergraduate, 2018 - 2019

Supervised Theses

Eroğlu F., Normatif Davranışın Odağı Teorisi Bağlamında Bilinçli Tüketimin İncelenmesi, Postgraduate, M.NESLİHAN(Student), 2023

Eroğlu F., Algılanan güven ve kişisel veri güvenliği endişesinin mobil reklamlardan kaçınma davranışı üzerindeki etkisi, Postgraduate, S.BIYIK(Student), 2022

Eroğlu F., Pazarlamada hikaye anlatımı kullanımı ile alışveriş stilleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma, Postgraduate, N.KÖKEN(Student), 2022

Eroğlu F., Şekkeli Z. H., Lojistik 4.0 Konusunun Türkiye'deki Lojistik Sektöründe Keşifsel Olarak İncelenmesine Yönelik Vaka Çalışması, Postgraduate, E.ÇİMEN(Student), 2022

Eroğlu F., The Effect of Experiential Marketing and Experiential Value Perceptions of the Mall Consumers on their Visit Intentions in terms of Gender and Generations, Postgraduate, S.METİN(Student), 2021

Eroğlu F., The Role of Emotional Appeal Usage in Advertisements on Consumers' Attitudes to Brand, Advertisement and Purchase Intention, Postgraduate, G.Nur(Student), 2021

Eroğlu F., The Effect of Country of Origin and Hedonic, Ethnocentric, Fashion-Oriented Consumption on Willingness to Pay More, Doctorate, E.BAYRAKTAR(Student), 2021

Eroğlu F., A Research to Determine the Critical Factors, Advantages and Disadvantages in E-Logistics, Postgraduate, A.Esra(Student), 2020

Eroğlu F., Sosyal Medya Çağında Tüketici Davranış ve Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Bir Araştırma, Postgraduate, A.TUTKUN(Student), 2020

EROĞLU F., Tedarik Zinciri ve Lojistik Çalışanlarının Yetkinlik Alanlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Postgraduate, C.DİRHEMSİZLER(Student), 2019

Articles Published in Other Journals

- I. **THE REFLECTIONS OF INDUSTRY 4.0 IN LOGISTICS: A CASE STUDY ON LOGISTICS 4.0 APPLICATIONS**
ATLI E. Ç., EROĞLU F., ŞEKKELİ Z. H.
Yönetim Bilimleri Dergisi, vol.22, no.Özel Sayı: Endüstri 4.0 ve Dijitalleşmenin Sosyal Bilimlerde Yansımaları, pp.1753-1781, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **This Gorgeous Bag is Just a Click Away! The Influence of Impulse and Hedonic Buying Tendencies on Online Compulsive Buying**
Kocatürk E., Eroğlu F.
TESAM AKADEMİ, vol.9, no.2, pp.377-406, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **The Effect of Social Media Activities on Consumers' Attitudes and Behaviour in Aviation Sector**
Tutkun A., Eroğlu F.
Journal of Aviation, vol.6, no.1, pp.33-41, 2022 (Peer-Reviewed Journal)

- IV. **Sürdürülebilir Tüketim Ekseninde Tüketicinin Korunması, Eğitimi ve Bilinçlendirilmesi İçin Bir Öneri Olarak Tüketici Geliştirme Merkezi (TÜGEMER)**
EROĞLU F., BAYRAKTAR KÖSE E.
Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, vol.16, no.2, pp.31-47, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **The Relationship Between Country of Origin, Willingness to Pay More and Purchase Intention: A Study with Turkish Consumers on Apparel Products**
Bayraktar Köse E., Eroğlu F.
Journal of Applied and Theoretical Social Sciences, vol.3, no.3, pp.222-243, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **What does change from Gen Y to Gen Z in terms of motivations for luxury consumption?**
Eroğlu F.
International Social Sciences Studies Journal, vol.7, no.86, pp.3546-3557, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **X, Y, Z Of Materialism! A Comparative Study Among Generations On Materialist Tendency, Brand Awareness And Importance Of Money**
Eroğlu F., Kılıç F.
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları, vol.19, no.2, pp.102-129, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **A Research Investigating the Critical Factors, Advantages and Disadvantages of E-Logistics System**
Tetik A. E., Eroğlu F.
Balıkesir İİBF Dergisi, vol.1, no.2, pp.54-69, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Investigating Value and Status Consciousness of Generation Z from Behavioral Economics Perspective**
Eroğlu F., Ataklı Yavuz R.
Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.1, no.1, pp.1-11, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Future Insights for The Role of Materialism and Money Attitudes on Online Compulsive Buying**
Eroğlu F., Kocatürk E.
Yönetim Bilimleri Dergisi, vol.18, no.38, pp.887-911, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Z Kuşağı Tüketicilerinin Marka Antropomorfizmi Algısını İncelemeye Yönelik Bir Araştırma**
Eroğlu F., Çolakoğlu H., Bayraktar Köse E.
Atlas Journal, vol.6, no.32, pp.706-727, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Utilization of Online Influencers as an Experiential Marketing Tool: A Case of Instagram Micro-Celebrities**
EROĞLU F., BAYRAKTAR KÖSE E.
THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH, vol.12, no.63, pp.1057-1067, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Kompulsif Satın Alma: Kişisel Faktörler, Postmodern Tüketim Şekilleri ve Reklama Karşı Tutumun Rolüne Yönelik Bir Araştırma**
EROĞLU F.
Balıkesir Üniversitesi SBE Dergisi, vol.19, no.35, pp.253-282, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **The Effects of Personal Factors and Attitudes Towards Advertising on Compulsive Buying Tendency**
YÜKSEL C. A., EROĞLU F.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, no.16, pp.43-70, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Nasıl Steve Jobs Olunur?**
EROĞLU F.
Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, vol.5, no.1, pp.183-186, 2010 (Peer-Reviewed Journal)

Books

- I. **Tüketici Davranışında Benzersizlik ve Uyum İhtiyacı**
EROĞLU F.
NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK, İstanbul, 2023
- II. **Pazarlama ve Çocuk İlişkisinin Karanlık Yüzü**

Çolakoğlu H., Eroğlu F.

in: Pazarlamanın Karanlık Yüzü, Senem ERGAN, Editor, Ekin Yayınevi, Ankara, pp.115-133, 2023

III. Endüstri 4.0 ve Müşteri İlişkileri Yönetimi

EROĞLU F.

in: Endüstri 4.0 Olgunluk Düzeyi Belirleme Araştırması: Biga Ticaret ve Sanayi Odasına Kayıtlı İmalat İşletmeleri Üzerine Uygulama, Nazan Yelkikalan, Erdal Aydın, Sena Erden Ayhün, Bilge Çavuşgil Köse, Editor, Livre De Lyon, Lyon, pp.47-70, 2022

IV. Pazarlama Araştırmalarına Yeni Bir Soluk: Nöropazarlama

EROĞLU F.

in: Yeni Nesil Pazarlama Yaklaşımları, AYTUĞ MERMER ÜZÜMLÜ, Editor, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK, İstanbul, pp.235-252, 2022

V. Dijital Pazarlama ve Dijital Tüketici Davranışları

Eroğlu F.

in: Tüketici Davranışları II, Dr.Öğr.Üyesi Davut KARAMAN, Editor, Eğitim Kitabevi, Konya, pp.97-123, 2021

VI. The Dark Side of Online Consumer Behaviour

EROĞLU F.

in: The Virtual World and Marketing, Başar, E.E., Erciş, A. Ünal, S., Editor, Cambridge Scholars Publishing The British Library, Newcastle Upon Tyne, pp.199-226, 2018

VII. Creating Customer Value in Corporate Social Responsibility for Cultural Heritage

EROĞLU F., ENGİZEK N.

in: Corporate Social Responsibility for Valorization of Cultural Organization, Muñoz Dueñas, M. D. P., Aiello, L., Cabrita, M. D. R., Gatti, M., Editor, Igi Global Publications, Roma, pp.163-183, 2018

VIII. Güncel Pazarlama Anlayışları

EROĞLU F., ÇOLAKOĞLU H., KILIÇ F., ÇETİN E., TOKGÖZ E., ÖZTÜRK S., ENGİZEK N., AYAS N., HACIOĞLU G.

in: Pazarlama İlkeler, Genel Stratejiler, Filiz Eroğlu, Editor, Paradigma Akademi, Çanakkale, pp.19-34, 2017

IX. Pazarlama Kavramı ve Gelişimi

EROĞLU F., ÇOLAKOĞLU H., KILIÇ F., ÇETİN E., TOKGÖZ E., ÖZTÜRK S., ENGİZEK N., AYAS N., HACIOĞLU G.

in: Pazarlama İlkeler ve Genel Stratejiler, Eroğlu Filiz, Editor, Paradigma Akademi, Çanakkale, pp.3-15, 2017

Papers Published in Refereed Scientific Meetings

I. The role of Descriptive and Injunctive Subjective Norms on Conscious Consumption

Savkat M. N., Eroğlu F.

Karadeniz 13th International Conference on Social Sciences , Sankt-Peterburg, Russia, 21 - 24 July 2023, pp.28

II. Yes, I'm a Shopaholic! But What Type?

EROĞLU F.

8th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, Aksaray, Turkey, 17 - 19 November 2022, pp.250

III. Is There a Certain Range of Uniqueness Level That Consumers are Comfortable With?

Eroğlu F.

INTERNATIONAL ANKARA CONGRESS ON SCIENTIFIC RESEARCH VI, Ankara, Turkey, 1 - 03 April 2022, pp.1237-1245

IV. How Much Does Being Unique Cost?

Eroğlu F., Bayraktar Köse E.

IV. International Applied Social Sciences Congress (C-IASOS 2020), 22 - 24 October 2020, pp.429-446

V. A RESEARCH TOWARDS DETERMINATION OF COMPETENCY AREAS OF SUPPLY CHAIN AND LOGISTICS EMPLOYEES

EROĞLU U., EROĞLU F., DİRHEMSİZLER C.

BATUMİ 7.UMTEB Kongresi, 5 - 07 August 2019

VI. Z Kuşağı Tüketicilerinin Hedonik ve Faydacı Tüketim Eğilimlerinin Satın Alma Tarzları ile İlişkisininin

Davranışsal İktisat Bağlamında İncelenmesi

ATAKLI YAVUZ R., EROĞLU F.

II. International Conference on Empirical Economics and Social Sciences (ICEESS' 19), Balıkesir, Turkey, 20 - 22 June 2019, pp.89

VII. Göçmen Sorunlarının Topluma Aktarılmasında Sosyal Medyanın Rolü

EROĞLU F., BAYRAKTAR KÖSE E., ÇOLAKOĞLU H.

IX. INTERNATIONAL NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS CONGRESS, Çanakkale, Turkey, 15 - 17 November 2018, pp.231-239

VIII. How Economic Crisis Changed Consumer Segmentation

KURTULUŞ K., AKYÜZ İ., KODAZ N., EROĞLU F., KOP E.

11th International Marketing Trends Congress, Venedik, Italy, 19 - 21 January 2012, pp.1-36

IX. Compulsive buying tendencies through materialistic and hedonic values among college students in Turkey

Eren S. S., EROĞLU F., HACIOĞLU G.

8th International Strategic Management Conference, Barcelona, Spain, 21 - 23 June 2012, vol.58, pp.1370-1377

X. To be or not to be in Social Media Arena as the most Cost Efficient Marketing Strategy After the Global Recession

Kırtış A. K., Eroğlu F.

7th International Strategic Management Conference, Paris, France, 30 June - 02 July 2011, pp.260-268

XI. The Perceptions of Consumers About Corporate Philanthropy

KİRTİŞ A. K., EROĞLU F.

7th NGOs Conference, Çanakkale, Turkey, 3 - 05 December 2010, pp.1-10

XII. Enhancement of Social Assistance and Solidarity Fund to Fight with Poverty: The Case of Biga

KİRTİŞ A. K., EROĞLU F.

World Universities Congress, Çanakkale, Turkey, 20 - 24 October 2010, pp.605-616

XIII. Entrepreneurship Management

KİRTİŞ A. K., EROĞLU F.

6th Joint International Scientific Symposium on Business Administration, Karvina, Czech Republic, 27 - 28 May 2010, pp.1-10

XIV. Marketing and Finance Relationship Regarding Importance of Social Entrepreneurship and Repatriation

KİRTİŞ A. K., EROĞLU F.

6th NGOs Conference, Çanakkale, Turkey, 23 - 25 October 2009, pp.671-680

Metrics

Publication: 41

Citation (WoS): 20

H-Index (WoS): 1

Awards

Eroğlu F., How Much Does Being Cost?, Iv. International Applied Social Sciences Congress (C-Iasos – 2020), October 2020

Non Academic Experience

Toyota İstif Makineleri A.Ş., İthalat Sorumlusu

Özer Teknik ve Balistik Cam San. Tic. A.Ş., Satış ve Pazarlama Organizasyon Sorumlusu
Dubleks Oto Cam San. Tic. A.Ş., İthalat-İhracat Sorumlusu
Ankara Emeklilik A.Ş., Satış Danışmanı