

Doç. Dr. FİLİZ EROĞLU

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 286 335 8738](tel:+902863358738) Dahili: 1266

E-posta: filizeroglu@comu.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-3223-953X

Yoksis Araştırmacı ID: 142576

Eğitim Bilgileri

Doktora, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, Türkiye 2008 - 2015

Yüksek Lisans, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret, Türkiye 2006 - 2007

Lisans, Marmara Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İngilizce İşletme, Türkiye 1996 - 2002

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Sertifika, Kurs ve Eğitimler

Eğitim Yönetimi ve Planlama, MAXQDA Nitel Veri Programı, İSMAR Danışmanlık, 2018

Yaptığı Tezler

Doktora, Kompulsif Satın Alma Eğiliminde Kişisel Faktörlerin, Postmodern Tüketim Şekillerinin ve Bir Pazarlama Çabası Olarak Reklamın Rolü, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, 2015

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi

Akademik Unvanlar / Görevler

Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2017 - Devam Ediyor

Öğretim Görevlisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2016 - 2017

Araştırma Görevlisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2009 - 2012

Verdiği Dersler

Doktora

Pazarlama Kuramı, Doktora, 2020 - 2021

Yüksek Lisans

Pazarlamada Güncel Konular, Yüksek Lisans, 2020 - 2021

Tüketici Davranışı, Yüksek Lisans, 2020 - 2021

Stratejik Pazarlama İletişimi, Yüksek Lisans, 2018 - 2019

Lisans

Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Uluslararası Pazarlama, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Uluslararası Ticaret, Lisans, 2017 - 2018

Müşteri İlişkileri Yönetimi, Lisans, 2018 - 2019

Siyasal Pazarlama, Lisans, 2018 - 2019

Yönetilen Tezler

Eroğlu F., Normatif Davranışın Odağı Teorisi Bağlamında Bilinçli Tüketicinin İncelenmesi, Yüksek Lisans, M.NESLİHAN(Öğrenci), 2023

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

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

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

Eroğlu F., Cinsiyet ve Kuşak İtibariyle AVM Tüketicilerinin Deneyimsel Pazarlama ve Deneyimsel Değer Algılarının Ziyaret Niyeti Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans, S.METİN(Öğrenci), 2021

Eroğlu F., Reklamlarda Duygusal Çekicilik Kullanımının Tüketicilerin Marka ve Reklama Karşı Tutumu ile Satın Alma Niyetindeki Rolü, Yüksek Lisans, G.Nur(Öğrenci), 2021

Eroğlu F., Menşe Ülke ve Hedonik, Etnosentrik, Moda Yönelimli Tüketicinin Daha Fazla Ödeme İsteği Üzerindeki Etkisi, Doktora, E.BAYRAKTAR(Öğrenci), 2021

Eroğlu F., E-Lojistikte Kritik Faktörlerin, Avantaj ve Dezavantajların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans, A.Esra(Öğrenci), 2020

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

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

Diğer Dergilerde Yayımlanan Makaleler

I. ENDÜSTRİ 4.0'IN LOJİSTİKTE YANSIMALARI: LOJİSTİK 4.0 UYGULAMALARI ÜZERİNE BİR ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ

ATLI E. Ç., EROĞLU F., ŞEKKELİ Z. H.

Yönetim Bilimleri Dergisi, cilt.22, sa.Özel Sayı: Endüstri 4.0 ve Dijitalleşmenin Sosyal Bilimlerde Yansımaları, ss.1753-1781, 2024 (Hakemli Dergi)

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, cilt.9, sa.2, ss.377-406, 2022 (Hakemli Dergi)

III. The Effect of Social Media Activities on Consumers' Attitudes and Behaviour in Aviation Sector

Tutkun A., Eroğlu F.

Journal of Aviation, cilt.6, sa.1, ss.33-41, 2022 (Hakemli Dergi)

- 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, cilt.16, sa.2, ss.31-47, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.3, sa.3, ss.222-243, 2021 (Hakemli Dergi)
- VI. **What does change from Gen Y to Gen Z in terms of motivations for luxury consumption?**
Eroğlu F.
International Social Sciences Studies Journal, cilt.7, sa.86, ss.3546-3557, 2021 (Hakemli Dergi)
- VII. **Materyalist Eğilimin X, Y, Z'Sİ! Materyalist Eğilim, Marka Bilinci ve Paraya Verilen Önem Üstüne Kuşaklararası Karşılaştırmalı Bir Araştırma**
Eroğlu F., Kılıç F.
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları, cilt.19, sa.2, ss.102-129, 2021 (Hakemli Dergi)
- VIII. **E-lojistik Sisteminde Kritik Faktörlerin, Avantaj ve Dezavantajların İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma**
Tetik A. E., Eroğlu F.
Balıkesir İİBF Dergisi, cilt.1, sa.2, ss.54-69, 2020 (Hakemli Dergi)
- IX. **Davranışsal İktisat Perspektifinden Z Kuşağının Değer ve Statü Bilincinin İncelenmesi**
Eroğlu F., Ataklı Yavuz R.
Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.1, sa.1, ss.1-11, 2020 (Hakemli Dergi)
- X. **Future Insights for The Role of Materialism and Money Attitudes on Online Compulsive Buying**
Eroğlu F., Kocatürk E.
Yönetim Bilimleri Dergisi, cilt.18, sa.38, ss.887-911, 2020 (Hakemli Dergi)
- XI. **Z Kuşağı Tüketicilerinin Marka Antropomorfizmi Algısını İncelemeye Yönelik Bir Araştırma**
Eroğlu F., Çolakoğlu H., Bayraktar Köse E.
Atlas Journal, cilt.6, sa.32, ss.706-727, 2020 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.12, sa.63, ss.1057-1067, 2019 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Kompulsif Satın Alma: Kişisel Faktörler, Postmodern Tüketim Şekilleri ve Reklama Karşı Tutumun Rolüne Yönelik Bir Araştırma**
EROĞLU F.
Balıkesir Üniversitesi SBE Dergisi, cilt.19, sa.35, ss.253-282, 2016 (Hakemli Dergi)
- XIV. **The Effects of Personal Factors and Attitudes Towards Advertising on Compulsive Buying Tendency**
YÜKSEL C. A., EROĞLU F.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, sa.16, ss.43-70, 2015 (Hakemli Dergi)
- XV. **Nasıl Steve Jobs Olunur?**
EROĞLU F.
Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, cilt.5, sa.1, ss.183-186, 2010 (Hakemli Dergi)

Kitaplar

- 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.

Pazarlamanın Karanlık Yüzü, Senem ERGAN, Editör, Ekin Yayınevi, Ankara, ss.115-133, 2023

III. Endüstri 4.0 ve Müşteri İlişkileri Yönetimi

EROĞLU F.

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, Editör, Livre De Lyon, Lyon, ss.47-70, 2022

IV. Pazarlama Araştırmalarına Yeni Bir Soluk: Nöropazarlama

EROĞLU F.

Yeni Nesil Pazarlama Yaklaşımları, AYTUĞ MERMER ÜZÜMLÜ, Editör, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK, İstanbul, ss.235-252, 2022

V. Dijital Pazarlama ve Dijital Tüketici Davranışları

Eroğlu F.

Tüketici Davranışları II, Dr.Öğr.Üyesi Davut KARAMAN, Editör, Eğitim Kitabevi, Konya, ss.97-123, 2021

VI. The Dark Side of Online Consumer Behaviour

EROĞLU F.

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

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

EROĞLU F., ENGİZEK N.

Corporate Social Responsibility for Valorization of Cultural Organization, Muñoz Dueñas, M. D. P., Aiello, L., Cabrita, M. D. R., Gatti, M., Editör, Igi Global Publications, Roma, ss.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.

Pazarlama İlkeler, Genel Stratejiler, Filiz Eroğlu, Editör, Paradigma Akademi, Çanakkale, ss.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.

Pazarlama İlkeler ve Genel Stratejiler, Eroğlu Filiz, Editör, Paradigma Akademi, Çanakkale, ss.3-15, 2017

Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler

I. Tanımlayıcı ve Buyruksal Sübjektif Normların Bilinçli Tüketimdeki Rolü

Savkat M. N., Eroğlu F.

Karadeniz 13th International Conference on Social Sciences , Sankt-Peterburg, Rusya, 21 - 24 Temmuz 2023, ss.28, (Özet Bildiri)

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

EROĞLU F.

8th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, Aksaray, Türkiye, 17 - 19 Kasım 2022, ss.250, (Özet Bildiri)

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

Eroğlu F.

INTERNATIONAL ANKARA CONGRESS ON SCIENTIFIC RESEARCH VI, Ankara, Türkiye, 1 - 03 Nisan 2022, ss.1237-1245, (Tam Metin Bildiri)

IV. How Much Does Being Unique Cost?

Eroğlu F., Bayraktar Köse E.

IV. International Applied Social Sciences Congress (C-IASOS 2020), 22 - 24 Ekim 2020, ss.429-446, (Tam Metin Bildiri)

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

EROĞLU U., EROĞLU F., DİRHEMSİZLER C.

BATUMİ 7.UMTEB Kongresi, 5 - 07 Ağustos 2019, (Özet Bildiri)

- VI. **Z Kuşağı Tüketicilerinin Hedonik ve Faydacı Tüketim Eğilimlerinin Satın Alma Tarzları ile İlişkisinin Davranışsal İktisat Bağlamında İncelenmesi**
ATAKLI YAVUZ R., EROĞLU F.
II. International Conference on Empirical Economics and Social Sciences (ICEESS' 19), Balıkesir, Türkiye, 20 - 22 Haziran 2019, ss.89, (Özet Bildiri)
- VII. **Göçmen Sorunlarının Topluma Aktarılmasında Sosyal Medyanın Rolü**
EROĞLU F., BAYRAKTAR KÖSE E., ÇOLAKOĞLU H.
IX. INTERNATIONAL NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS CONGRESS, Çanakkale, Türkiye, 15 - 17 Kasım 2018, ss.231-239, (Tam Metin Bildiri)
- VIII. **How Economic Crisis Changed Consumer Segmentation**
KURTULUŞ K., AKYÜZ İ., KODAZ N., EROĞLU F., KOP E.
11th International Marketing Trends Congress, Venedik, İtalya, 19 - 21 Ocak 2012, ss.1-36, (Tam Metin Bildiri)
- 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, İspanya, 21 - 23 Haziran 2012, cilt.58, ss.1370-1377, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Fransa, 30 Haziran - 02 Temmuz 2011, ss.260-268, (Tam Metin Bildiri)
- XI. **The Perceptions of Consumers About Corporate Philanthropy**
KİRTİŞ A. K., EROĞLU F.
7th NGOs Conference, Çanakkale, Türkiye, 3 - 05 Aralık 2010, ss.1-10, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 20 - 24 Ekim 2010, ss.605-616, (Tam Metin Bildiri)
- XIII. **Entrepreneurship Management**
KİRTİŞ A. K., EROĞLU F.
6th Joint International Scientific Symposium on Business Administration, Karvina, Çek Cumhuriyeti, 27 - 28 Mayıs 2010, ss.1-10, (Tam Metin Bildiri)
- XIV. **Marketing and Finance Relationship Regarding Importance of Social Entrepreneurship and Repatriation**
KİRTİŞ A. K., EROĞLU F.
6th NGOs Conference, Çanakkale, Türkiye, 23 - 25 Ekim 2009, ss.671-680, (Tam Metin Bildiri)

Metrikler

Yayın: 41

Atıf (WoS): 20

H-İndeks (WoS): 1

Ödüller

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

Akademi Dışı Deneyim

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