

ÇAĞLA ARIKER

DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ



E-Posta Adresi : cariker@gelisim.edu.tr
Telefon (İş) : -
Telefon (Cep) : 5352798834
Adres : İstanbul Gelişim Üniversitesi

Öğrenim Bilgisi

Doktora 2005 1/Aralık/2011	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ/PAZARLAMA VE ÜRETİM BÖLÜMÜ/PAZARLAMA ANABİLİM DALI Tez adı: Bilgi yükü temelinde, tüketicinin özgürlüğü ve kısıtlanmışlığının karar sonrası değerlemelerle ilişkisi (2011) Tez Danışmanı:(İSMAİL KAYA)
Yüksek Lisans 2003 1/Eylül/2005	MARMARA ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI Tez adı: Yaşam tarzına göre tüketicilerin marka tercihleri (2005) Tez Danışmanı:(AHMET ERCAN GEGEZ)
Lisans 2000 3/Haziran/2003	İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İNGİLİZCE) (TAM BURLU)
Önlisans 1994 1997	BOĞAZIÇI ÜNİVERSİTESİ MESLEK YÜKSEKOKULU/İKTİSADİ VE İDARİ PROGRAMLAR BÖLÜMÜ/ORTA KADEME YÖNETİCİLİK PR.

Akademik Görevler

DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ 2020	İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ, İDARİ VE SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İNGİLİZCE) (TAM BURLU)
DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ 2013-2020	İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ)
ARAŞTIRMA GÖREVLİSİ 2003-2012	İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ)

Yönetilen Tezler

Yüksek Lisans

2019

1. AKGÜN FATMA, (2019). Çalışan milliyeti, misafir milliyeti ve konaklama özellikleri bağlamında otel hizmetlerinden memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti, İstanbul Kültür Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı
2. AKARSU SEDA, (2019). İçgüdüsel satın alma kavramı ve kişilik ilişkisi: Mobil uygulamalara yönelik bir araştırma, İstanbul Kültür Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı

2018

3. MUKUMOV ALMAS, (2018). Kazakistan tüketicilerinin kredi kartı kullanımı tutumları, sadakat programları ve kredi kartı kullanım eğilimi ilişkisi, İstanbul Kültür Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı

Doktora

2019

4. GÜMÜŞ ROJAN, (2019). Sağlık kurumlarında pazarlama bileşenlerinin kullanıcıların tekrar satın alma niyetine etkisi, İstanbul Kültür Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı

İdari Görevler

Bölüm Başkan Yardımcısı 2020	İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ, İDARİ VE SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İNGİLİZCE) (TAM BURLU)
Bölüm Başkan Yardımcısı 2018-2019	İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ

Dersler *

2020-2021

Lisans

	Öğretim Dili	Ders Saati
Principles of Marketing	ngilizce	3
Genel İşletme	Türkçe	6
Pazarlama Yönetimi	Türkçe	3
Genel İşletme	Türkçe	3
Dijital Pazarlama ve Ticaret	Türkçe	3
Consumer Behavior	ngilizce	3

Yüksek Lisans

Strategic Marketing Management	ngilizce	3
Havacılık İşletmelerinde Pazarlama Yönetimi	Türkçe	3

Doktora

Girişimcilik ve Küçük İşletmeler Yönetimi	Türkçe	3
---	--------	---

2019-2020

Lisans

Uluslararası Pazarlama	Türkçe	3
Principles of Marketing	ngilizce	3
Tüketici Davranışları	Türkçe	3
Consumer Behaviors	ngilizce	3
Örnek Olaylarla Pazarlama	Türkçe	2
Pazarlama İlkeleri	Türkçe	3

Marketing Management	ngilizce	2
Retailing Management	ngilizce	2
Perakendecilik Yönetimi	Türkçe	2
Pazarlama Yönetimi	Türkçe	3
Marketing Management	ngilizce	3
International Marketing	ngilizce	3
Principles of Marketing	ngilizce	3
Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar	Türkçe	2
Yüksek Lisans		
Proje Yazımı	Türkçe	3
Doktora		
Pazarlama Kuramları ve Uygulamaları	Türkçe	3
2018-2019		
Lisans		
PAZARLAMA İLKLERİ VE YÖNETİMİ	Türkçe	3
PERAKENDECİLİK YÖNETİMİ	Türkçe	3
PRINCIPLES OF MARKETING	ngilizce	3
MARKETING MANAGEMENT	ngilizce	3
PAZARLAMA İLKELERİ	Türkçe	3
INTERNATIONAL MARKETING	ngilizce	3
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	Türkçe	3
CONSUMER BEHAVIOR	ngilizce	3
RETAILING MANAGEMNET	ngilizce	3
PAZARLAMA YÖNETİMİ	Türkçe	3
PRINCIPLES OF MARKETING	ngilizce	3
PAZARLAMA İLKELERİ	Türkçe	3
PERAKENDECİLİK YÖNETİMİ	Türkçe	1
RETAILING MANAGEMENT	ngilizce	3
PAZARLAMADA GÜNCEL YAKLAŞIMLAR	Türkçe	2
MARKETING MANAGEMENT	ngilizce	3
ULUSLARARASI PAZARLAMA	Türkçe	3
PAZARLAMA YÖNETİMİ	Türkçe	3
Doktora		
PAZARLAMA KURAMLARI VE UYGULAMALRI	Türkçe	3

Eserler

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. ARIKER ÇAĞLA,SAVAŞAN ALİ,SOFUOĞLU MELDA (2020). RESTORAN MÜŞTERİLERİNİN YALNIZLIK GEREKSİNİMİ VE KALABALIGI TOLERE EDEBİLME DÜZEYİ BAĞLAMINDA FARKLILAŞAN ALANSAL KALABALIK VE MASALAR ARASI BOŞLUK ALGISI. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 26, 67-78., Doi: <https://doi.org/10.18092/ulikidinci.573116> (Yayın No: 6088666)
2. YOZGAT UĞUR,ARIKER ÇAĞLA (2018). SHOPPING MOTIVATIONS OF GENERATION Z CUSTOMERS FOR DIFFERENT RETAILER TYPES AND SHOPPING COMPANION. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC, 759-768. (Yayın No: 4485790)
3. ARIKER ÇAĞLA (2017). A METHODOLOGICAL PROBLEM:"CREATED ARTIFICIAL AWARENESS" INCSR RESEARCH. Journal of Global Strategic Management, 11(1), 65-74. (Yayın No: 4485755)

B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler :

1. ARIKER ÇAĞLA (2019). BİR KUTU SEÇ:TÜRKİYE'DE DİJİTAL ABONELİK GİRİŞİMLERİ. 4. Uluslararası Girişimcilik, İstihdam ve Kariyer Kongresi, 1, 59-62. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:6375703)
2. ARIKER ÇAĞLA,YOZGAT UĞUR (2018). Perakende Müşterilerinin Hissettiği Karışıklık ve Alışveriş Deneyimi İlişkisi.. 17. ULUSLARARASI KATILIMLI İŞLETMECİLİK KONGRESİ (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4485897)
3. ARIKER ÇAĞLA (2017). INSTAGRAM GİRİŞİCİLERİ İÇİN KRİTİK BAŞARI FAKTÖRLERİ. 3. ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK, İSTİHDAM VE KARIYER KONGRESİ (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4485918)
4. ARIKER ÇAĞLA (2015). Are Generation Z Consumers Aware of the Heritage Brand Recognition of Turkish Brands Surviving Over a Century. 17th EBES (Eurasia Business and Economic Society) Conference (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2513582)
5. KÜÇÜKALTAN DERMAN,ARIKER ÇAĞLA,TOKSOY ANDAÇ (2014). Attitudes of the First Representatives of Generation Z toward Corporate Social Responsibility Projects and Their Purchasing Intention for Socially Responsible Companies Products. 14th EBES (Eurasia Business and Economic Society) Conference (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2513377)
6. ARIKER ÇAĞLA,BAYSAL AYŞE CAN (2011). Aiming The Best or Good Enough and Perception of Service Quality. Third Biennial International Conference on Services Marketing (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2512563)

C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

1. Creating Social Value Through Social Entrepreneurship, Bölüm adı:(Massive Open Online Course (MOOC) Platforms as Rising Social Entrepreneurs: Creating Social Value Through Reskilling and Upskilling the Unemployed for After COVID-19 Conditions) (2021)., ARIKER ÇAĞLA, IGI Global, Editör:Fındıklı, Mine Afacan; Acar Erdur, Duygu, Basım sayısı:1, ISBN:9781799847274, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6993570)
2. Sosyal Bilimler Perspektifi ile Girişimcilik Kavramsal ve Sayısal Araştırmalar, Bölüm adı:(Yeni Bir İş Modeli: Dijital Abonelik Girişimleri) (2020)., ARIKER ÇAĞLA, Nobel Akademik Yayıncılık, Editör:Doç. Dr. Nurdan Çolakoğlu, Dr. Öğr. Üyesi Pınar Daloğlu, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 572, ISBN:978, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6375713)

D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :

1. ARIKER ÇAĞLA,TOKSOY ANDAÇ (2017). GENERATION Z AND CSR: ANTECEDENTS OF PURCHASING INTENTION OF UNIVERSITY STUDENTS. Kafkas Üniversitesi Economics and Administrative Sciences, 8(16), 483-502. (Kontrol No: 4311598)
2. SÖNMEZ ASUMAN,ARIKER ÇAĞLA,TOKSOY ANDAÇ (2016). Dünya'da ve Türkiye'de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi. SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERGİSİ, 37(3), 102-121. (Kontrol No: 4169044)
3. ARIKER ÇAĞLA (2012). Restoran Web Sitelerinin İçerik ve Sunumlarının Analizi İstanbul Örneği. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(2), 145-172. (Kontrol No: 2498130)
4. ARIKER ÇAĞLA (2012). Tüketicilerin Restoran Seçiminde Kullandıkları Seçim Kriterleri ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki. Öneri, 10(38), 11-31. (Kontrol No: 2497917)

E. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler:

1. ARIKER ÇAĞLA,SAVAŞAN ALİ,SOFUOĞLU MELDA (2019). RESTORAN MÜŞTERİLERİNİN YALNIZLIK GEREKSİNİMİ VE KALABALIGI TOLERE EDEBİLME DÜZEYİ BAĞLAMINDA FARKLILAŞAN ALANSAL KALABALIK VE MASALAR ARASI BOŞLUK ALGISI. 24. PAZARLAMA KONGRESİ (Tam Metin

Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5235357)

2. ARIKER ÇAĞLA, YOZGAT UĞUR (2018). Algılanan Mağaza Çevresi, Perakende Müşterilerinin Hissettiği Karışıklık ve Alışveriş Deneyimi İlişkisi. 23. Pazarlama Kongresi (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5231344)
3. ARIKER ÇAĞLA (2017). Genç tüketiciler, tercih ettikleri markaların sosyal sorumluluk projelerinin farkında mı? Starbucks örneği.. 16. ULUSAL İŞLETMECİLİK KONGRESİ (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4485815)
4. ARIKER ÇAĞLA, TOKSOY ANDAÇ (2016). Kıdemli Aile İşletmelerinin Sosyal Medyada Varlığı. 7. Aile İşletmeleri Kongresi (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4485847)
5. ARIKER ÇAĞLA, GÜRDAL SAHAVET (2004). Pazardaki Gücün Karşılığı Pazarlama Verimliliği. 1. Kobiler ve Verimlilik Kongresi (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2513722)

Üniversite Dışı Deneyim

1998-2000	Uzman Yardımcısı (Dış Ticaret Departmanı)	Türk Dış Ticaret Bankası A.Ş. (DIŞBANK/FORTİS), Bayrampaşa ve Boğaziçi Kurumsal Şubeler'nin kurumsal müşterilerine ait ithalat-ihracat işlemlerinin gerçekleştirilmesi., (Diğer)
-----------	--	--