

## ÖZGEÇMİŞ

- 1. Adı Soyadı** : Edin Güçlü SÖZER
- 2. Doğum Tarihi** :
- 3. Unvanı** : Doç.Dr.
- 4. Öğrenim Durumu** : Doktora
- 5. Çalıştığı Kurum** : İstanbul Okan Üniversitesi

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans		Doğu Akdeniz Üniversitesi, KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ	1997
Yüksek Lisans	İŞLETME (YL) (TEZSİZ) (İNGİLİZCE)	YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ	2002
Doktora	İŞLETME (DR)	YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ	2008

### 5. Akademik Unvanlar

- Yardımcı Doçentlik Tarihi :  
Doçentlik Tarihi :  
Profesörlük Tarihi :

### 6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

#### 6.1. Yüksek Lisans Tezleri

MERVE İŞERİ UZUNOĞLU, Nöro uyaranların tüketici davranışları üzerindeki etkisinin ölçümü: Gıda sektörü üzerine bir çalışma, İstanbul Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

MOHANNAD YAHİA MOHAMMAD REFAİ, Cognitive, affective and conative effects of infographics, İstanbul Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

EMRE YUSUF POLAT, Tüketicilerin otomotiv yedek parça tercihlerini etkileyen faktörler: Orijinal ve yan sanayi karşılaştırması üzerine bir çalışma, İstanbul Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020.

ANIL ARSLAN, Akaryakıt istasyonlarında müşteri deneyimi ve tüketici davranışlarına etkisi, İstanbul Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020.

#### 6.2. Doktora Tezleri

### 7. Yayınlar

#### 7.1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

SÖZER EDİN GÜÇLÜ,VARDAR NÜKHET, How Does Event Sponsorship Help in Leveraging Brand Equity, Journal of Sponsorship, 2009.

ÇEMBERCİ MURAT,SÖZER EDİN GÜÇLÜ,CİVELEK MUSTAFA EMRE, The Impact of Technological Learning on Firm Performance: The Sample of an Empirical Research, Akademik Bakış Dergisi, 2013.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ,CİVELEK MUSTAFA EMRE, The Effect of Perceived Benefit on Consumer Based Brand Equity in Online Shopping Context, Ege Akademik Bakış, 2018.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, The Effect of Dynamic Pricing on Holiday Purchase Intentions: Moderated Mediation Role of Perceived Risk, Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR), 2019.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Relationship Marketing and Customer Based Brand Tolerance (CBBT): An Integrative Approach, SSRG International Journal of Economics and Management Studies, 2020.

## **7.2.** Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

ÇEMBERCİ MURAT,CİVELEK MUSTAFA EMRE,SÖZER EDİN GÜÇLÜ, The Determinants of Intention to Shop Online and Effects of Brand Equity on e-Store Patronage, Journal of Global Strategic Management, 2013.

ÇEMBERCİ MURAT,SÖZER EDİN GÜÇLÜ,CİVELEK MUSTAFA EMRE, Firmalar Arası Bilgi Paylaşımı İle Tedarik Zinciri Yönetimi Performansı İlişkisinde Bilgi Kalitesinin Moderatör Etkisi, Yönetim Bilimleri Dergisi, 2015.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ,CİVELEK MUSTAFA EMRE,KARA AYŞE SİMİN, The Effect of Consumer Based Brand Equity on Brand Reputation, International Journal Of Eurasia Social Sciences, 2017.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, The Effect of Reviewer Origin on Booking Intentions in Tourism Industry: The Moderating Role of Review Valence, Business and Management Studies: An International Journal, 2018.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ,CİVELEK MUSTAFA EMRE, How Does Customer Experience Shape the Attitude Towards and Intention to Brand Switching?, İşletme Araştırmaları Dergisi, 2018.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Electronic Word of Mouth (e-WoM): Is it an Effective Tool for Re-Vitalizing the Relationship between a Brand and Its Ex-Customers?, İşletme Araştırmaları Dergisi, 2018.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Determinants and Outcomes of an Effective CRM Campaign: The Mediating Role of Skepticism, International Journal of Euroasia Social Sciences, 2019.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Side Effects of Psychological Pricing: How Brand Trust is Affected?, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2019.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Determinants and Outcomes of Mobile App Usage Intention of Gen Z: A Cross Category Assessment, Beykoz Akademi Dergisi, 2019.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Customer Based Brand Tolerance (CBBT): Scale Development and Validation, Business and Management Studies: An International Journal, 2019.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, The Effect of Message Valence on e-WoM Spread: A Moderated Mediation Analysis, Business and Economics Research Journal, 2019.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, The Effect of Social Media Mix on Brand Switching Intention: The Mediating Role of Risk Perception, Journal of Yaşar University, 2019.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, The Interaction of Crowd, Message Content, and Message Frame on Generating Purchase Intentions in Retailing, Yönetim Bilimleri Dergisi, 2019.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, How Do Country of Know-How and Country of Personnel Affect Service Evaluations: A Categorical Comparison, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2019.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, İŞERİ UZUNOĞLU MERVE, Do Hedonic Cues on Product Packages Influence Consumer Behavior? A Study on Utilitarian Retail Food Products, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2020.

İŞERİ UZUNOĞLU MERVE, SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Cognitive, Perceptual and Behavioral Effects of Neuro-Stimuli: A Study on Packaged Food Products, Business and Management Studies: An International Journal, 2020.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, The Effects of Green marketing Practices on Green Equity and Customer Tolerance, Journal of Management, Marketing and Logistics, 2020.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, What About The Post-Scarcity Period? The Latent Effects of Scarcity Promotions, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 2020.

**7.3.** Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

ALTAN CONER, SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Three-Dimensional Market Strategy Model for Click Only B2C Firms, International Conference on Business, Management and Economics, 2005.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Is Re-Vitalization Possible with E-WoM? The Role on the Re-Patronage Intentions of Switching Customers, IRDITECH 2018 Uluslararası AR-GE, İnovasyon ve Teknoloji Yönetimi Kongresi, 2018.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Designing Effective Cause Related Marketing (CrM) Programs Via Digital Platforms: An Introduction of 5 C's Model of CrM, IRDITECH 2019 Uluslararası AR-GE, İnovasyon ve Teknoloji Yönetimi Kongresi, 2019.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Integrating Online Retail Experience and Customer Based Brand Tolerance: A Chain of Effects Perspective, İşletme ve Yönetim Bilimleri Uluslararası Kongresi 2020,2020.

**7.4.** Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, E-Perakende Markalarında Müşteriyi Tutma: Müşteri Deneyimi, Memnuniyeti, Marka Değeri ve Marka Değıştirme Eğilimi Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Çalışma, 23. Pazarlama Kongresi, 2018.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Konum Bazlı Reklam Dinamikleri: Değer ve Risk İkilemi Üzerine Bir Çalışma, PPAD Pazarlama Kongresi, 2019.

**7.5.** Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

SÖZER EDİN GÜÇLÜ,CİVELEK MUSTAFA EMRE,ÇEMBERCİ MURAT, Strategic Excellence in Post-Digital Ecosystems: A B2C Perspective, 2018.

YOLBULAN ELİF,GÜNGÖR MUSTAFA ÖZGÜR,SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Pazarlama Teorisi: Gelişimi ve Değışimi, 2019.

**7.6.** Yazılan ulusal kitaplar veya kitaplarda bölümler

CİVELEK MUSTAFA EMRE,SÖZER EDİN GÜÇLÜ, İnternet Ticareti: Yeni Ekososyal Sistem ve Ticaret Noktaları, 2003.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Postmodern Pazarlama: Marka Çağında Liderlik için PIM Modeli, 2009.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Satış ve Pazarlama Öyküleri, 2013.

SÖZER EDİN GÜÇLÜ, Satış ve Pazarlama Öyküleri, 2013.

**7.7.** Diğer yayınlar

## **8. Projeler**

## **9. İdari Görevler**

2018 - 2019 Dekan Yardımcısı, OKAN ÜNİVERSİTESİ

## **10. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler**

## **11. Ödüller**

## **12. Son İki Yılda Verdiği Lisans ve Lisansüstü Düzeydeki Dersler**

- Pazarlama Araştırmaları, Yüksek Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3

- Yiyecek İçecek işletmelerinde Yönetim, Yüksek Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Marketing Management, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Strategic Marketing, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- Stratejik Pazarlama, Lisans, 2017-2018, Ders Saati: 3
- International Marketing, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Marka Yönetimi, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Pazarlama Araştırmaları, Yüksek Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Bilimsel Araştırma Yöntem ve Teknikleri, Yüksek Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Marketing Management, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Brand Management, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Marketing Management, Yüksek Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Strategic Marketing, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Practice in Business Environment, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2018-2019, Ders Saati: 3
- Marketing Management (Fall Semester), Yüksek Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Pazarlama Araştırmaları (Bahar Dönemi), Yüksek Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Pazarlama Yönetimi (Güz Dönemi), Yüksek Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Pazarlama Yönetimi (Bahar Dönemi), Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Advanced Research Methods (Spring Semester), Doktora, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Brand Management (Fall Semester), Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Consumer Behavior (Spring Term), Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Marka Yönetimi (Güz Dönemi), Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Uluslararası Pazarlama (Güz Dönemi), Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Pazarlama Yönetimi (Güz Dönemi), Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Tüketici Davranışı (Bahar Dönemi), Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Marketing Management (Fall Semester), Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3

- Marketing Management (Spring Semester), Lisans, 2019-2020, Ders Saati: 3
- Brand Management (Güz Dönemi), Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Customer Relationship Management (Güz Dönemi), Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Marka Yönetimi (Güz Dönemi), Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3
- Müşteri İlişkileri Yönetimi (Güz Dönemi), Lisans, 2020-2021, Ders Saati: 3