**1. Adı Soyadı:** Şirin Gizem Köse

**2. İletişim Bilgileri:** MEF Üniversitesi Ayazağa Cad. No. 4 34396 Maslak, Sarıyer, İstanbul (0212) 395 36 00 - koseg@mef.edu.tr

**3. Unvanı:** Doktor

**4. Öğrenim Durumu:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Derece** | **Alan** | **Üniversite** | **Yıl** |
| Lisans | İşletme (İngilizce) | Marmara Üniversitesi | 2008-2012 |
| Yüksek Lisans | Üretim Yönetimi ve Pazarlama | Galatasaray Üniversitesi | 2012-2015 |
| Doktora | İşletme/ Pazarlama | Yıldız Teknik Üniversitesi | 2015-2021 |

**5. Görevler:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Görev Unvanı** | Görev Yeri | **Yıl** |
| Araştırma Görevlisi | Yıldız Teknik Üniversitesi | 2014-2021 |
| Dr. Öğretim Üyesi | MEF Üniversitesi | 2022- |

**6. Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler (SSCI, SCI, SCIE, AHCI)**

**Köse Ş. G.,** Kırçova İ. “Using Theory of Consumption Values to Predict Organic Food Purchase Intention: Role of Health Consciousness and Eco Friendly LOHAS Tendency”. Spanish Journal of Agricultural Research, cilt.19, sa.3, ss.1-20, 2021 (SCI-E İndekslerine Giren Dergi)

**7. Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayımlanan makaleler**

Enginkaya, E., **Köse, Ş.G.** (2022). Examining the Relations Between Employees’ Perception of Corporate Social Responsibility, Customer Orientation and Perceived Performance. Mehmet Akif Ersoy İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(2), 851-870. (Hakemli Üniversite Dergisi) (ESCI)

Enginkaya, E., **Köse, Ş. G.,** & Çizer, E. Ö. (2021). Will You Carry That Watch? Investigating Factors That Affect Continuance Intention of Smartwatches. International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences, 11(2), 354-373. (ESCI)

Aydın K., Özer E., **Köse Ş. G**. “Analyzing Attitude towards COVID-19 Vaccine in the Context of the Health Industry: The Role of Country-of-Origin Image”. Duzce Medical Journal, cilt.23, ss.122-130, 2021 (Hakemli Üniversite Dergisi) (Scopus)

**Köse Ş. G.,** Özer E., “Next Time It Might Not Be Here: Exploring Motivations to Purchase Limited Edition Food and Beverage Products”. Journal of Food Products Marketing, cilt.27, ss.1-15, 2021 (ESCI, Scopus)

**Köse Ş. G.,** Özer E., “Tüketicilerin Mobil Ödemeye Yönelik Tutum ve Kullanma Niyeti Üzerine Bir Araştırma”. İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, cilt.12, sa.1, ss.24-39, 2021 (Hakemli Üniversite Dergisi, EBSCO)

**Köse Ş. G**., Özer E., “Deneyimsel Pazarlamanın Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati ile İlişkisi: Akıllı Telefon Sektörüne Yönelik Bir Araştırma”, Business and Economics Research Journal, cilt.12, sa.1, ss.219-232, 2021 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri, EconLit)

**Köse Ş. G.,** “Is Organic Food a Sustainable Choice? Evaluating Organic Food Production in The Framework of Environmental Sustainability”, Business and Management Studies: An International Journal, cilt.8, sa.4, ss.1-12, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri, EconLit)

**Köse Ş. G**., Aydın K., “Sürdürülebilir Moda Perakendeciliği: Tüketici Algıları Üzerine Bir Araştırma”, İstanbul Business Research, cilt.49, sa.1, ss.1-32, 2020 (Hakemli Üniversite Dergisi, ESCI)

**Köse Ş. G.,** Kırçova İ., “Organik Gıdalara Yönelik Tüketici Yaklaşımları ve Pazarlama İletişimi Önerileri”, Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi (sa.35, ss.338-367, 2020 (Hakemli Üniversite Dergisi, ESCI)

Kırçova İ., Pınarbaşı F., **Köse Ş. G.,** “Understanding Ephemeral Social Media Through Instagram Stories: A Marketing Perspective”, Business & Management Studies: An International Journal, cilt.8, sa.2, ss.1-20, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri, EconLit)

Kırçova İ., **Köse Ş. G.,** Özer E., “Şehirde Yolculuk: Algılanan Hizmet Kalitesi, Kurum İmajı, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati İlişkisinde Şehir Hatları Örneği”,Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, sa.28, ss.79-100, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri, EconLit)

Kırçova İ. Baydoğan P., **Köse Ş. G.,** “Would You Like To Be A Premium Customer? A Research On The Factors Related To The Intention To Pay For A Premium Music Service”,Journal of Management, Marketing and Logistics, cilt.7, sa.1, ss.42-52, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Kirçova İ., Yaman Y., **Köse Ş.G**., "Instagram, Facebook or Twitter: Which Engages Best? A Comparative Study of Consumer Brand Engagement and Social Commerce Purchase Intention", European Journal of Economics and Business Studies, vol.10, no.1, pp.279-289, 2018.

**Köse Ş. G.,** Karaman Akgül A., “Innovative Approaches in Fashion Retailing”, Yıldız Social Science Review, cilt.2, ss.29-38, 2016 (Hakemli Üniversite Dergisi)

**Köse Ş. G**., “Açık İnovasyon ve Örneklerle Açık İnovasyonun Kullanımı”, İstanbul Journal of Social Sciences, sa.14, ss.14-24, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

**8. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (p*roceedings*) basılan bildiriler:**

Kirçova İ., Pınarbaşı F., **Köse Ş.G.,** "Liquid Consumption on Social Media: A Research on the Motivations to Continue Using Instagram Stories", 48th European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Hamburg, Germany, 28-31 May 2019

**Köse Ş.G**., Enginkaya Erkent E., "Fashion Customers’ E-Wom Behavior: An Exploratory Study", 12th International Conference on Social Sciences, Amsterdam, Netherlands, 19-20 May 2017

Kirçova İ., Enginkaya Erkent E., **Köse Ş.G.,** "Exploring Turkish Consumers' Socially Responsible Consumption Behavior", 2nd Annual International Conference on Social Sciences, İstanbul, Turkey, 2-4 June 2016

Ozansoy Çadirci T., Sağkaya Güngör A., **Köse Ş.G.,** "Segmenting the Gamers to Understand The Effectiveness of In Game Advertisement", 1st Annual International Conference on Social Sciences, İstanbul, Turkey, 14-15 May 2015

**9. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:**

**Yazılan ulusal kitaplar:**

Kırcova, İ., Tosun, N., Cesur, D., **Köse Ş.G.,** “Türkiye Endüstriyel Reklam Ürünleri Sektörü”, İstanbul Ticaret Odası: İstanbul, 2019

**Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:**

**Köse Ş. G**., Babayiğit E., Fak A. S., Kırçova İ., “Dijital Dönemde Pazarda Fırsatlar ve Engeller: Genç Kardiyologlar için Öneriler”, Kardiyolojide Dijital Dönüşüm: Bugün ve Yarın, Ali Serdar Fak, Editör, Türkiye Klinikleri Yayınevi, Ankara, 2020

Kırçova İ., **Köse Ş. G.,** Koca B., “Bir Pazarlama Ortamı Olarak Youtube: Güzellik Vloggerlari Üzerine Bir Çalışma”, Dijital Dönüşüm Trendleri, Ela Sibel BAYRAK MEYDANOĞLU,Müge KLEIN,Dilek KURT, Editör, Filiz Kitabevi, İstanbul, ss.144-173.

**Köse Ş. G,** “Perakendecilik, Toptancılık ve Lojistik Yönetimi”, Pazarlama Yönetimi, Kırcova, İbrahim, Editör, Beta Yayınevi, İstanbul, 2018 (çeviri).

Ozansoy Çadırcı T., **Köse Ş. G.,** “Augmented Reality as a Tool to Enhance the Experiential Value of Online Shopping: The Future of Fashion Retailing”, Handbook of Researchon Global FashionManagement andMerchandising, Vecchi,A.,Buckley,C., Editör, Igı Global, Pennsylvania, ss.281-304, 2016

Sağkaya Güngör A., Ozansoy Çadırcı T. , **Köse Ş. G**., “Advergaming – How Does Cognitive Overload Effect Brand Recall? Differences between In-Game Advertising (IGA) and Advergames”, Handbook of Researchon Human-ComputerInterfaces, Developments,and Applications, Rodrigues, J, Cardoso, P., Monteiro, J., Figueiredo, M., Editör, IgI Global, Pennsylvania, ss.502-524, 2016

**10. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:**

Kırçova İ., **Köse Ş. G**., “Televizyon Dizileri ve Filmlerde Ürün Yerleştirmeye Yönelik Genç Tüketicilerin Tutumlarına İlişkin Bir Nitel Araştırma”, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.19, ss.51-77, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri, ULAKBİM)

**Köse Ş. G**, “Pazarlama Anlayışındaki Değişimler Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakatiyle İlişkisi”, Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, cilt.1, sa.1, ss.41-66, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

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

Aydin K., **Köse Ş.G.,** "Moda Perakendeciliği Sürdürülebilir Olabilir Mi?", 23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Turkey, 27-29 June 2018, ss.470-486

**12. Verilen Dersler**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ders** | Kurum | **Yıl /Dönem** |
| Sustainable Marketing  Services Marketing | Yıldız Teknik Üniversitesi | 2021-2022 Güz  2021-2022 Bahar |
| Marketing  Consumer Behavior | MEF Üniversitesi | 2021-2022 Bahar |