

EZGI AKPINAR

M: +905363271048

Email: ezgi.akpinar@mef.edu.tr

EĞİTİM

Doktora, Pazarlama, 2013, RSM, Erasmus Üniversitesi

Yüksek Lisans (Mphil), Pazarlama, 2006, Tilburg Üniversitesi

Lisans, Ekonomi ve İşletme, Çift Anadal, 2005, Koç Üniversitesi

İŞ DENEYİMİ

2014- ... MEF Üniversitesi, İstanbul, Yardımcı Doçent, İşletme Bölüm Başkanı

2013- Vrije Üniversitesi, Amsterdam, Yardımcı Doçent, Onursal Üye

2013 Güz Dönemi Sabancı Üniversitesi, Ziyaretçi Öğretim Üyesi, Yardımcı Doçent

2011-2012 Wharton School, Pennsylvania Üniversitesi, Ziyaretçi Öğretim Üyesi

2008-2013 RSM, Erasmus Üniversitesi, Araştırma Görevlisi

2005-2006 Tilburg Üniversitesi, Araştırma Görevlisi

ÇALIŞMA ALANI

Kulaktan Kulağa Pazarlama, Viral Pazarlama, Tüketici Davranışı

AKADEMİK ÇALIŞMALAR

Ezgi Akpinar ve Jonah Berger (2015), “Drivers of Cultural Success: The Case of Sensory Metaphors,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 109(1), 20-34.

Ezgi Akpinar ve Jonah Berger, “Valuable Virality”, 3.ncü Revizyon Aşamasında.

Ezgi Akpinar, Peeter Verlegh ve Ale Smidts, “What Makes Consumers Share Product Harm Information”, 2.nci Revizyon Aşamasında.

Stefano Puntoni ve Ezgi Akpinar, “Attracting Attention in Ads: When to Build and When to Borrow Entertainment?”, Veri Toplandı, Yazım Aşamasında.

Ezgi Akpinar ve Kathleen Vohs, “Money As a Psychological Substitute”, Veri Toplandı, Yazım Aşamasında.

Ezgi Akpinar ve Kivilcim Döğeriioğlu Demir, “Two Sided Messages in Advertising and Consumer Reviews”, Veri Toplama Aşamasında.

BURS VE ÖDÜLLER

2232 Tübitak Araştırma Bursu, 2015
McKinsey Pazarlama Alanında Doktora Birincilik Ödülü, (7000 €), 2014
Erasmus Üniversitesi Araştırma Bursu, (7000 €), 2013
47th AMA Sheth Foundation Doctoral Consortium Fellow, 2012
Erasmus Üniversitesi, Wharton School Ziyaretçi Öğretim Görevlisi Desteği (10.000 €), 2011-2012
Erasmus Trustfonds Araştırma Bursu (3000 €), 2009- 2011
Erasmus Üniversitesi, RSM, Doktora Programı Bursu, 2007-2013
Nielsen Global Takım Ödülü, 2007
Nielsen Yaratıcılık Ödülü, 2007
Tiburg Üniversitesi Başarı Bursu, 2005-2006
Koç Üniversitesi Vehbi Koç Onur Ödülü, 2001-2002-2003
Koç Üniversitesi Başarı Bursu, 2001-2005
MEF Lisesi Okul Birinciliği, 2001
MEF Lisesi Başarı Bursu, 1998-2001

KONFERANS VE SUNUMLAR

Akpınar, E. ve J. Berger (2016), Special Session on Digital Marketing, American Marketing Association, Las Vegas, USA.

Akpınar, E. (2015) Kulaktan Kulağa Pazarlama, Viral Pazarlama ve Tüketici Davranışı, Kristal Elma Festivali, İstanbul.

Workshop on How to Create Viral Ads? Unruly, Londra, Eylül 2014.

Akpınar, E. (2014), "Valuable Virality," European Marketing Academy (EMAC) and the McKinsey & Company Dissertation Competition, Valencia.

Akpınar, E., P. Verlegh ve A. Smidts (2013) , "What Makes Consumers Share Product Harm Information," Advances in Consumer Research Volume 41, eds. Simona Botti, Aparna Labroo, Chicago, IL : Association for Consumer Research.

Akpınar, E. ve J. Berger (2013), "How Senses Shape Language: The Cultural Success of Sensory Metaphors," Society for Consumer Psychology, Texas Austin.

Akpınar, E. ve J. Berger (2012), "Cultural Success of Sensory Metaphors", Advances in Consumer Research Volume 40, eds. Zeynep Gürhan-Canli, Cele Otnes, and Rui (Juliet) Zhu, Duluth, MN : Association for Consumer Research.

Akpınar, E. ve J. Berger (2012), "Valuable Virality: the Effect of Advertising Appeals and Brand Integralness", Advances in Consumer Research Volume 40, eds. Zeynep Gürhan-Canli, Cele Otnes, and Rui (Juliet) Zhu, Duluth, MN : Association for Consumer Research.

Vohs, K. ve E. Akpınar (2011), "Can Religion and Money Substitute For Each Other?", Advances in Consumer Research Volume 39, eds. Rohini Ahluwalia, Tanya L. Chartrand, and Rebecca K. Ratner, Duluth, MN : Association for Consumer Research.

Akpınar, E. ve K. Vohs (2010), "The Effects of Religious and Money Primes on Coping with Negative Situations (2010)", "Advances in Consumer Research Volume 38, eds. Darren W. Dahl, Gita V. Johar, and Stijn M.J. van Osselaer, Duluth, MN : Association for Consumer Research.

Akpınar E., P. Verlegh ve A. Smidts (2010), "Transmission of Negative Publicity: The Impact of Personal Relevance and Self-Constraint of Consumers," European Marketing Academy Doctoral Colloquium, Copenhagen.

LİSANS VE ÜST LİSANS SEVİYESİNDE VERDİĞİ DERSLER

Pazarlamaya Giriş (2013, 2015)
Viral Pazarlama ve Sosyal Medya (2014)
Tüketici Davranışı (2010, 2012)
Kulaktan Kulağa Pazarlama (2014), Yüksek Lisans Tez Danışmanı (23 öğrenci)
Ürünler, Sloganlar ve Reklamlar Nasıl Yayılır (2012), Yüksek Lisans Tez Danışmanı (3 öğrenci)
Bağış Kampanyalarının Viral Olması (2011), Yüksek Lisans Tez Danışmanı

DİĞER İŞ DENEYİMİ

Pazar Araştırma Danışmanı, Nielsen, Turkey (2006-2008)
Marka İletişim Uzmanı, Effect Public Relations, Turkey (2004-2005)
Pazarlama Stajyeri, Koç Holding, Turkey (Yaz dönemi, 2003)

PROFESYONEL ÜYELİKLER

American Marketing Association, Association for Consumer Research, Association for Psychological Science

DİĞER PROFESYONEL AKTİVİTELER

Vrije Universitesi, Yüksek Lisans Programı Komite Üyesi
Vrije Universitesi, Davranış Laboratuvarı Komite Kurul Üyesi
Information Systems Research, Dergi Hakemliği
Journal of Consumer Research, Dergi Hakemliği
European Marketing Academy Konferans Hakemliği (2010-2011-2012-2013-2015)
Association for Consumer Research Konferans Hakemliği (2010-2011-2012-2013)