

ŞAHVER OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ

DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ

E-Posta Adresi : sahveromeraki@halic.edu.tr
Telefon (İş) : -
Telefon (Cep) : 0531 211 40 40
Adres : Sütüçce, İmrahor Cd. No:82, 34445 Beyoğlu/İstanbul

Öğrenim Bilgisi

| | |
|---|--|
| Doktora 2003 28/Ağustos/2010 | İHSAN DOĞRAMACI BİLKENT ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İNGİLİZCE) (TAM BURLU) Tez adı: Branded Gated Communities: Marketing and Consumer Perspectives (2010) Tez Danışmanı:(AYŞE ÖZLEM SANDIKCI TÜRKDOĞAN) |
| Yüksek Lisans 2002 1/Ağustos/2003 | University of Manchester Institute of Science and Technology (UMIST) Pazarlama Tez adı: Empty Nest: The Impact of Mothers' Role Transition on production and consumption (2003) Tez Danışmanı:(Margaret Hogg) |
| Lisans 1997 1/Haziran/2001 | İHSAN DOĞRAMACI BİLKENT ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İNGİLİZCE) (ÜCRETLİ) |

Görevler

| | |
|------------------------------|---|
| DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ 2019 | HALİÇ ÜNİVERSİTESİ/İŞLETME FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ (İNGİLİZCE) |
| YARDIMCI DOÇENT 2010 | DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ) |
| DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ 2010 | DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ) |

Yönetilen Tezler

Yüksek Lisans

2017

1. TERCİ AYTAÇ, (2017). Siyasi partilerin Y nesli ile bağ kurmada sosyal medya kullanımı üzerine bir çalışma, Doğuş Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2016

2. AVCIOĞLU CANDAN, (2016). Tüketicilerin markalar ile sosyal medya kanallarıyla kurduğu bağ ve pazarlama stratejilerine etkileri, Doğu Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

Yönetilen Tezler

* Yurt içi/Yurt Dışı Üniversitelerde veya diğer kurumlarda yönetilen tezler

1. Gamze Bayraktaroğlu, (2014). , Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Marka İmajı, Marka Sadakati, Müşteri Tatmini ve Müşteri-İşletme Özdeşleşmesine Etkise Üzerine bir Araştırma, DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/İŞLETME (YL) (TEZLİ)/

İdari Görevler

| | |
|-----------------------------------|--|
| Bölüm Başkanı 2020 | HALIÇ ÜNİVERSİTESİ/İŞLETME FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ (İNGİLİZCE) |
| Dekan Yardımcısı 2017-2019 | DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ |
| Erasmus Koordinatörü 2014-2019 | DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ |

Dersler *

Öğrenim Dili Ders Saati

2019-2020

Lisans

| | | |
|---|----------|---|
| UTİ 302 Uluslararası Satın Alma Yönetimi | Türkçe | 3 |
| İŞB 409 Küçük ve Orta İşletmelerin Yönetimi | Türkçe | 3 |
| ADM 108 Behavioural Sciences | ngilizce | 3 |
| İŞB 314 Uluslararası Pazarlama | Türkçe | 3 |

Yüksek Lisans

| | | |
|----------------------------|--------|---|
| İİY 516 Pazarlama Yönetimi | Türkçe | 3 |
|----------------------------|--------|---|

2018-2019

Lisans

| | | |
|--|----------|---|
| Consumer Behavior | ngilizce | 3 |
| İşletmeye Giriş | Türkçe | 3 |
| Professional Orientation and Introduction to Business Management | ngilizce | 2 |

2017-2018

Lisans

| | | |
|-------------------------|----------|---|
| Tüketici Davranışı | Türkçe | 3 |
| İşletmeye Giriş | Türkçe | 3 |
| Uluslararası Pazarlama | Türkçe | 3 |
| International Logistics | ngilizce | 1 |
| Pazarlama Yönetimi | Türkçe | 3 |
| Sales Management | ngilizce | 3 |
| International Marketing | ngilizce | 3 |
| Consumer Behavior | ngilizce | 3 |

Eserler

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. SANDIKCI TÜRKDOĞAN AYŞE ÖZLEM,OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER Globalization and Rituals: Does Ramadan Turn into Christmas?. *Advances in Consumer Research*, 34, 610-615. (Yayın No: 4989421)
2. OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER (2020). There Is No Place Like Home: Poverty and the Squatter House. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(3), 252-263., Doi: <https://doi.org/10.1002/cb.1814> (Yayın No: 6322276)

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

1. SANDIKCI TÜRKDOĞAN AYŞE ÖZLEM,OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER Commercialization of Rituals: Ramadan Celebrations in Turkey. 3rd Consumer Culture Theory Seminar (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4989462)
2. SANDIKCI TÜRKDOĞAN AYŞE ÖZLEM,TARI KASNAKOĞLU BERNA,OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER (2015). Vulnerable Desires: Impoversihed Migrant Consumers in Turkey. 39th Annual Macromarketing Conference (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4989481)
3. SANDIKCI TÜRKDOĞAN AYŞE ÖZLEM,TARI KASNAKOĞLU BERNA,Kravets Olga,OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER (2010). Consumer Acculturation and Competing, Countervailing Taste Structures. *Advances in Consumer Research*, 143-146. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4989478)
4. TARI KASNAKOĞLU BERNA,SANDIKCI TÜRKDOĞAN AYŞE ÖZLEM,OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER (2008). Exploring Needs, Desires, and Hopes: A Study of Impoverished Migrated Consumers. *Advances in Consumer Research*, 850-850. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4989468)

C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

1. Farklı Bakış Açılılarıyla Sağlık, Bölüm adı:(COVID-19 Günlerince Pazarlama) (2020)., OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER, Ekin Kitabevi Yayınları, Editör:Nuray Tezcan, Seda Saka ve Ece Ünür, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 37, ISBN:Basım aşamasında, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6322319)
2. Disiplinlerarası Boyutlarıyla İletişim, Bölüm adı:(Bir Varmış Bir Yokmuş: Dijital Kanallarda Marka Hikâyeleri ve Geleneksel Olmayan Cinsiyet Roller) (2020)., OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER, Ekin Kitabevi Yayınları, Editör:Ece Ünür ve Deniz Alalar Alkan, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 16, ISBN:6257983631, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6322310)
3. Political Propaganda, Advertising, and Public Relations: Emerging Research and Opportunities, Bölüm adı:(Online Political Party Engagement: The Case of Generation Y Consumers in Istanbul) (2020)., OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER,Tereci Aytaç, IGI Global, Editör:Samet Kavaoğlu, Basım sayısı:1, ISBN:1799817342, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 5777528)
4. Markaloji: Markaya Dair Her Şey, Bölüm adı:(Marka Elçileri ve Marka Toplulukları Yönetimi) (2012)., OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER, Giza Yayıncılık, Editör:Filiz Otay Demir, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 587, ISBN:9786058746213, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4989393)

D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :

1. BARUÖNÜ LATİF FATMA ÖZGE,OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER (2019). Users and non-users of counterfeits: motivations, emotional outcomes and neutralization processes. *Journal of Product Brand Management*, Doi: 10.1108/JPBM-06-2018-1926 (Kontrol No: 4988923)

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

1. OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER,Tereci Aytaç (2019). Political Parties and Online Consumer Brand Engagement: Generation Y Consumers. PPAD 24. Ulusal Pazarlama Kongresi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4989427)
2. BARUÖNÜ LATİF FATMA ÖZGE,OMERAKI ÇEKİRDEKÇİ ŞAHVER (2018). Buy or not to buy: Counterfeit Dilemma. PPAD 23. Ulusal Pazarlama Kongresi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4989152)

Üniversite Dışı Deneyim

2003-2010 **Araştırma Görevlisi** Bilkent Üniversitesi, (Diğer)