

ÖZGEÇMİŞ

1. **Adı Soyadı:** Özge Sığircı
2. **Doğum Tarihi:** 20.07.1984
3. **Unvanı:** Dr. Öğrt. Ü.
4. **Eğitim Bilgileri:**

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	İşletme	İstanbul Ticaret Üniversitesi	2006
Y. Lisans	Üretim Yönetimi ve Pazarlama (İng.)	Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü	2009
Doktora	Pazarlama	Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü	2015

5. Akademik Unvanlar ve İdari Görevler:

Doktor Öğretim Üyeliği Tarihi : 2016
Doçentlik Tarihi :
Profesörlük Tarihi :

6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

6.1. Yüksek Lisans Tezleri

6.2. Doktora Tezleri

7. YAYINLAR

7.1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler (SCI & SSCI & Arts and Humanities)

1. Just, D. R., Sığircı, Ö. and Wansink, B. (2014), “Lower Buffet Prices Lead to Less Taste Satisfaction,” Journal of Sensory Studies, 29: 362–370.

7.2. Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

1. Sigirci, Ö., and Yalcin, A. M. (2010), “Factors Affecting Consumer Evaluations of Brand Extensions”, Bogazici Journal, Vol. 24, 1/2, 67-90.
2. Sigirci, O., Gurdal, S. (2012) “Looking at Perceived Value and Education Marketing from a Different Perspective: Perceived Value of Marketing Education”, The International Journal of Social Sciences and Humanities, Vol.4, 2, 407-416.
3. Altuna, Korkut, O., Sigirci, Ö., Arslan, F. M. (2013), “Segmenting women fashion magazine readers based on reasons of buying, fashion involvement and age: a study in the Turkish market”, Journal of Global Fashion Marketing, Vol.4,3, pp.175-192.

4. Altuna, Korkut, O., Arslan, F. M., Sigirci, O., Gegez, A. E. (2014), "Exploring Online Consumer Ethics: Do Consumer Perceptions Of E-Ethics Change According To Cad Personalities?" İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Vol. 50, pp. 55-71.
5. Altuna, Korkut, O., Arslan, F. M., Gegez, A. E., Sigirci, Ö. (2016), "Development Of A Scale On E-Consumers' Attitudes Towards Ethically Questionable Online Behaviors" Bogazici Journal, Vol. 30, 1, pp. 99-134.

7.3. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (Proceedings) basılan bildiriler

- Altuna, Korkut, O., Arslan, F. M., Sigirci, Ö., Gegez, A. E. (2011)"Exploring Online Consumer Ethics: Do Consumer Perceptions of E-Ethics Change According to CAD Personalities?" Proceeding at 18th Annual International Conference Promoting Business Ethics, St. John's University, New York. (sunulmuş fakat bildiri kitabında basılmamış bildiri)

7.4. Yazılan uluslararası ve ulusal kitaplar veya kitaplarda bölümler

7.4.1. Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

7.4.2. Yazılan ulusal kitaplar veya kitaplarda bölümler

7.5. Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

7.6. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

7.7. Diğer yayınlar

7.8. Atıflar

7.2.1 için atıf (1 adet):

1. RAHMAWATI, I. K. (2015). PENGARUH ASOSIASI MEREK TERHADAP PENERIMAAN PERLUASAN MEREK ACER MELALUI PERCEIVED FIT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 3(1).

7.2.2 için atıf (1 adet):

1. Krüünvald, M. (2014). *Väärtuspõhine hinnakujundus ja selle rakendamise piirangud Eesti infotehnoloogia ettevõtete näitel* (Doctoral dissertation, Tartu Ülikool).

7.2.3 için atıf (7 adet):

1. Kim, K., Ko, E., Lee, M. A., Mattila, P., & Hoon Kim, K. (2014). Fashion collaboration effects on consumer response and customer equity in global luxury and SPA brand marketing. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 24(3), 350-364.
2. Fredriksson, C. (2011). Retail and Fashion—A Happy Marriage?: The Making of a Fashion Industry Research Design. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 3(1), 43-54.

3. Fowler, J. G., Reisenwitz, T. H., & Carlson, L. (2015). Deception in cosmetics advertising: Examining cosmetics advertising claims in fashion magazine ads. *Journal of Global Fashion Marketing*, 6(3), 194-206.
4. Miller-Spillman, K. A., Lee, M. Y., Graham, M. A., & Cho, B. (2016). Consumer groups for Ghanaian fabric products, based on aesthetics and socially responsible shopping behavior. *Journal of Global Fashion Marketing*, 7(2), 120-131.
5. Nagar, K. (2016). Mediating effect of self-control between life satisfaction and counterfeit consumption among female consumers. *Journal of Global Fashion Marketing*, 7(4), 278-290.
6. Germain, A. M., Carrier, S., & Beaudoin, M. (2014). Clothing purchase behavior and the Canadian household life cycle. *Journal of Global Fashion Marketing*, 5(2), 182-194.
7. Fowler, J. G., & Reisenwitz, T. H. (2015, June). Analyzing Deceptiveness of Cosmetics Claims in Fashion Ads. In *Annual Macromarketing Conference* (p. 368).

7.2.5 için atıf (2 adet):

1. Torlak, Ö. (2017). Pazarlama Ahlakı. *İstanbul: Beta Yayınları*, 6. Baskı.
2. Potdar, B., Guthrie, J., & Gnoth, J. (2018). Encouraging shoplifting prevention with quality relationships: A theory of planned behaviour perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(1), 49-69.

8.Ulusal & Uluslararası Projeler

1. **Marmara Üniversitesi'nin İç Müşteri ve Öğrenci Algılarına Göre Algısal Haritadaki Rekabetçi Konumu: Benzerlik Yaklaşımı**, (SOS-B-210311-0071), Bilimsel Araştırma Projeleri, Çok Disiplinli Araştırma Projeleri (B tipi)- Marmara Üniversitesi, Proje Araştırmacısı.
2. **Sağlıklı Beslenme Algısı Konusunda Farklılaşan Tüketicileri Belirlemek ve Segmentasyonuna Yönelik Bir Araştırma- A Research about Defining and Segmenting Consumers who Have Different Healthy Eating Perceptions**, Bilimsel Araştırma ve Geliştirme Projeleri (A-tipi)- Kırklareli Üniversitesi, Proje Araştırmacısı.

9.İdari Görevler:

10. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği

11. Ödüller

12. Son İki Yılda Verilen Lisans ve Lisansüstü Düzeydeki Dersler

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati		Öğrenci Sayısı
			Teorik	Uygulama	
2016-2017	Güz	İletişim (Lisans)	3	0	100
		Araştırma Yöntem ve Teknikleri (Lisans)	3	0	30
		İşletmeye Giriş (Lisans)	3	0	100
	Bahar	Tüketici Davranışları (Lisans)	3	0	140
		İşletme Yönetimi (Lisans)	3	0	140
		Reklam ve Reklam Yönetimi (Lisans)	3	0	140
2017-2018	Güz	Tüketici Davranışları (Tezsiz Yüksek Lisans)	3	0	60
		Stratejik Pazarlama Yönetimi (Tezli Yüksek Lisans)	3	0	15
		Araştırma Yöntemleri	3	0	100
		İşletmeye Giriş (Lisans)	3	0	100
	Bahar	Tüketici Davranışı (Lisans)	3	0	100
		Hizmet Pazarlaması (Tezsiz Yüksek Lisans)	3	0	100
		Reklam ve Reklam Yönetimi (Lisans)	3	0	100