

## Asst. Prof. GÜLSÜM VEZİR OĞUZ

### Personal Information

**Email:** gvezir@gelisim.edu.tr

**Web:** <https://avesis.gelisim.edu.tr/gvezir>

### International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-3265-7272

Yoksis Researcher ID: 259837

### Education Information

Doctorate, Halic University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 2013 - 2016

Undergraduate, Dokuz Eylul University, Buca Eğitim Fakültesi, Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, Turkey 2003 - 2008

### Dissertations

Doctorate, Perakende sektöründe mağaza atmosferinin satış personeli performansı üzerine etkileri: Hazır giyim sektöründe bir araştırma, Halic University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2016

### Courses

Mesleki İngilizce I, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2018 - 2019

Yönetim ve Organizasyon, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Genel İşletme, Undergraduate, 2021 - 2022, 2017 - 2018

Global Pazarlama Uygulamaları, Doctorate, 2021 - 2022

Professional English, Undergraduate, 2021 - 2022

Mesleki İngilizce, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Dijital Pazarlama, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Management and Organization, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2017 - 2018

Mesleki İngilizce II, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Sağlık Hizmetlerinde Pazarlama, Postgraduate, 2021 - 2022

Principles of Marketing, Undergraduate, 2021 - 2022, 2018 - 2019

Professional English I, Undergraduate, 2020 - 2021, 2017 - 2018

Professional English II, Undergraduate, 2020 - 2021

Uluslararası Pazarlama, Undergraduate, 2020 - 2021

Küresel Pazar Analizi, Undergraduate, 2020 - 2021, 2018 - 2019

Digital Marketing, Undergraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019

Uluslararası İşletmecilik, Undergraduate, 2019 - 2020

Strategic Management, Undergraduate, 2019 - 2020

Global Marketing, Postgraduate, 2019 - 2020

Pazarlama Yönetiminde Gelişmeler, Postgraduate, 2019 - 2020

Lojistik Hizmet Pazarlama Stratejileri, Postgraduate, 2019 - 2020

Strategic Marketing Management, Postgraduate, 2019 - 2020

Global Pazarlama Yönetimi, Postgraduate, 2018 - 2019

Lojistikte Hizmet Pazarlama Stratejileri, Postgraduate, 2018 - 2019  
Transmedya ve Pazarlama, Undergraduate, 2018 - 2019  
Airline Marketing, Undergraduate, 2018 - 2019  
E-Commerce, Undergraduate, 2018 - 2019  
International Marketing, Undergraduate, 2017 - 2018  
Seminer, Postgraduate, 2017 - 2018  
Professional English III, Undergraduate, 2017 - 2018  
Lojistik Hizmet Pazarlaması, Undergraduate, 2017 - 2018  
İşletme Yönetimi I, Undergraduate, 2017 - 2018  
Uluslararası Satış Yönetimi, Undergraduate, 2017 - 2018  
Pazarlama İlkeleri, Undergraduate, 2017 - 2018  
Marketing Management, Undergraduate, 2017 - 2018  
Teze Giriş ve Seminer, Postgraduate, 2017 - 2018  
Pazarlamaya Giriş, Undergraduate, 2017 - 2018  
Tüketici Davranışları, Undergraduate, 2017 - 2018  
Genel İşletme, Undergraduate, 2016 - 2017  
İşletme Yönetimi, Undergraduate, 2016 - 2017  
Production Management, Undergraduate, 2016 - 2017  
Management and Organizations, Undergraduate, 2016 - 2017  
İşletme Yönetimi II, Undergraduate, 2016 - 2017  
Uluslararası Satış Yönetimi, Undergraduate, 2016 - 2017  
Mesleki İngilizce, Undergraduate, 2016 - 2017  
Uluslararası İşletmecilik, Undergraduate, 2016 - 2017  
Üretim Yönetimi, Undergraduate, 2016 - 2017

## Articles Published in Other Journals

- I. **TÜKETİCİLERİN ÇEVRE BİLİNÇLERİNİN ÇEVREYE DOST ÜRÜNLER SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ**  
VEZİR OĞUZ G.  
the Journal of Academic Social Sciences, vol.64, no.64, pp.171-182, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **THE INFLUENCE OF VIRTUAL STORE ATMOSPHERE, ONLINE SHOPPING SATISFACTION AND PERCEIVED RISK IN ONLINE SHOPPING ON INTENTION TO CONTINUE ONLINE SHOPPING**  
VEZİR OĞUZ G.  
Social Sciences Studies Journal, vol.4, no.17, pp.1452-1458, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: İstanbul İlinde Bir Araştırma**  
VEZİR OĞUZ G., BİLGİN İ.  
İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.4, no.2, pp.51-72, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Satış Faaliyetlerinde Hizmet İçi Eğitim Ve Müşteri Odaklı Satış İlişkisi**  
VEZİR OĞUZ G.  
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.14, no.2, pp.395-410, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **THE EFFECTS OF E WOM'S INSTAGRAM PRODUCT PREFERENCES AS A MARKETING COMMUNICATION**  
VEZİR OĞUZ G.  
International Journal of Academic Value Studies (Javstudies JAVS), vol.3, no.15, pp.376-383, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Yaratıcı Düşüncenin Kişisel Satış Üzerine Etkisi: Perakende Giyim Sektöründe Bir Uygulama**  
VEZİR OĞUZ G.  
JOURNAL OF THE HUMAN AND SOCIAL SCIENCE RESEARCHES, vol.6, no.2, pp.1247-1259, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **INVESTIGATION OF THE EFFECT OF RETRO MARKETING ON BRAND LOYALTY OVER GENERATIONS X,**

## Y & Z

VEZİR OĞUZ G.

International Journal of Disciplines In Economics and Administrative Sciences Studies (IDEAStudies), vol.3, no.3, pp.48-60, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

### VIII. **Loyalty in City Marketing: The Case of Istanbul**

BİLGİN İ., VEZİR OĞUZ G.

NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ, vol.5, no.1, pp.77-91, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

### IX. **In Service Training And Customer Focused Sales Relations Over Sales-Related Activities**

VEZİR OĞUZ G.

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.14, no.2, pp.395-410, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

### X. **Perakende Sektöründe Mağaza Atmosferinin Satış Personeli Performansı Üzerine Etk**

VEZİR OĞUZ G., GÜRDAL S.

International Journal of Academic Value Studies (Javstudies JAVS), vol.3, no.8, pp.41-54, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

### XI. **THE EFFECT OF VIRAL MARKETING OVER BRAND VALUE IN SOCIAL MEDIA**

VEZİR OĞUZ G., AKIN M.

International Journal of Social Humanities Sciences Research (JSHSR), vol.4, no.11, pp.600-609, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

## Books & Book Chapters

### I. **Product and Distribution Strategies**

VEZİR OĞUZ G.

in: Contemporary Business Techniques, Prof. Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ, Assoc. Prof. Dr. Ayşe Gökçen Kapusuz, Editor, Eğitim Yayınevi, Koanya, pp.75-89, 2021

### II. **Küresel Markalar Bağlamında Kişisel Satış: Coca Cola ve Nestle Örnekleri**

VEZİR OĞUZ G.

in: Küresel Markalar Bağlamında Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Dr. Sarp BAĞCAN, Editor, Kriter Yayınevi, İstanbul, pp.143-164, 2021

### III. **Fiziksel Kanıtlar**

VEZİR OĞUZ G.

in: TURİZM İŞLETMELERİNDE MODERN PAZARLAMA YÖNETİMİ TEORİ - STRATEJİ - ÖRNEK OLAYLAR, Doç. Dr. Derya ÖZİLHAN ÖZBEY, Editor, Detay Yayıncılık, İstanbul, pp.183-201, 2020

### IV. **SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA**

VEZİR OĞUZ G.

in: DEĞİŞEN PAZARLAMA ANLAYIŞI: YENİ PAZARLAMA YAKLAŞIMLARI II, Yavuz Akçi, Kazım Kılınç, Arif Yıldız, Editor, Nobel, Ankara, pp.195-208, 2020

### V. **Deneyimsel Pazarlama**

VEZİR OĞUZ G.

in: Değişen Pazarlama Anlayışı Yeni Pazarlama Yaklaşımları, Doç. Dr. Yavuz AKÇİ, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.137-162, 2018

### VI. **Değer Temelli Pazarlama**

VEZİR OĞUZ G.

in: Değişen Pazarlama Anlayışı Yeni Pazarlama Yaklaşımları, Doç. Dr. Yavuz AKÇİ, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.317-343, 2018

### VII. **Focus Group Study on Social Media Phenomena and Consumer Purchase Intention**

VEZİR OĞUZ G.

in: Research on Communication , Christian Ruggiero Hasan Arslan Mehmet Ali Icbay, Editor, Association of Social Science Research, Bialystok, pp.111-116, 2017

## **Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings**

- I. **TRUST AND COMMITMENT TO INTERNET SHOPPING WITHIN THE FRAMEWORK OF MULTI-CHANNEL RETAILING MODEL**  
VEZİR OĞUZ G.  
28th Annual Conference CIMaR (Consortium for International Marketing Research), Ankara, Turkey, 17 June 2019, pp.24
- II. **TÜKETİCİLERİN KİŞİSEL DUYGU DURUMU İLE TEPKİSEL SATIN ALMA İLİŞKİSİ**  
VEZİR OĞUZ G.  
18. ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK KONGRESİ (UIK), Osmaniye, Turkey, 02 May 2019, pp.1-2696
- III. **Dijital Pazarlama Stratejilerinin Marka Değerine Etkisi.**  
VEZİR OĞUZ G.  
4. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi (UBAK), Yalova, Turkey, 14 February 2019, pp.419-432
- IV. **Focus Group Study on Social Media Phenomena and Consumer Purchase Intention**  
VEZİR OĞUZ G.  
XIII. European Conference on Social and Behavioral Sciences, Sofya, Bulgaria, 19 May 2017, pp.10