

## Lect. PhD CİHAD DOĞAN

### Personal Information

**Office Phone:** [+90 224 294 2665](tel:+902242942665) Extension: 62745

**Fax Phone:** [+90 224 715 3361](tel:+902247153361)

**Email:** [cdogan@uludag.edu.tr](mailto:cdogan@uludag.edu.tr)

**Web:** <https://avesis.uludag.edu.tr/cdogan>

### International Researcher IDs

ORCID: 0000-0001-7022-0138

Yoksis Researcher ID: 198799

### Education Information

Doctorate, Sakarya University, Business Institute, İşletme, Turkey 2018 - 2024

Postgraduate, Eskisehir Osmangazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Turkey 2011 - 2013

Undergraduate, Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 2007 - 2011

Associate Degree, Selcuk University, Social Sciences Vocational School, Department Of Marketing And Advertising, Turkey 2005 - 2007

### Dissertations

Doctorate, Ulus Marka Ölçeği Geliştirme Çalışması, Sakarya University, İşletme Enstitüsü, İşletme, 2024

Postgraduate, Üniversite Öğrencilerinin Marka Bağlılıkları Üzerine Bir Araştırma: Karayolu Ulaşım Sektöründe Bir Uygulama, Eskisehir Osmangazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2013

### Research Areas

Marketing

### Academic Titles / Tasks

Lecturer PhD, Bursa Uludağ University, İnegöl Myo, Pazarlama Ve Reklamcılık, 2014 - Continues

Lecturer PhD, Institute of Agricultural and Food Economics, Marketing, 2024 - 2024

Lecturer PhD, Universidade de Coimbra, Faculty of Economics, Marketing , 2024 - 2024

Researcher, Šiauliai State University of Applied Sciences, Social Sciences, Corporate Communication and Marketing, 2023 - 2023

Researcher, Universidade de Coimbra, Faculty of Economics, Marketing, 2022 - 2022

Researcher, Universitatea "Dunărea de Jos" din Galați, Faculty of Economics and Business, Marketing, 2020 - 2020

Researcher, State University of Applied Sciences, Faculty of Economics and Technical Sciences, Program of Marketing, 2017 - 2017

## Academic and Administrative Experience

Head of Department, Bursa Uludağ University, İNEGÖL MYO, PAZARLAMA VE REKLAMCILIK, 2022 - Continues  
Kurumsal İletişim Koordinatörü, Bursa Uludağ University, İnegöl Myo, Pazarlama Ve Reklamcılık, 2023 - 2024  
Bursa Uludağ University, İnegöl Meslek Yüksekokulu, 2014 - 2016

## Courses

Pazarlama İlkeleri, Associate Degree, 2023 - 2024  
Satış Yönetimi, Associate Degree, 2022 - 2023  
PAZARLAMA ARAŞTIRMASI, Associate Degree, 2022 - 2023  
Marka Yönetimi, Associate Degree, 2017 - 2018, 2016 - 2017

## Articles Published in Other Journals

- I. **A Critical Approach to the Concept of Nation Branding**  
Doğan C.  
İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, no.65, pp.260-273, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **COMMODIFYING ART: ART MARKET AND ART MARKETING**  
DOĞAN C.  
The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, vol.13, no.3, pp.590-603, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **"DENİZE DOĞRU" KİTABININ MC CLELLAND'IN BAŞARMA İHTİYACI TEORİSİ, GAZALİ'NİN BÜTÜNCÜL İHTİYAÇLAR TEORİSİ VE İBN-İ HALDUN'UN İHTİYAÇLAR TEORİSİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ**  
Doğan C.  
Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.4, no.2, pp.1-9, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **The Defining Purposes of Nation Branding and Nation Branding Activities**  
Doğan C.  
Journal of Current Researches on Social Sciences, vol.11, no.2, pp.187-192, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Türkiye'nin Marka Elçisi Olarak İstanbul Havalimanı**  
Doğan C.  
Kriter Dergi, vol.5, no.56, pp.75-77, 2021 (Non Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Türkiye'nin Cömertliği ve Ulus Marka İnşası**  
Doğan C.  
Kriter Dergi, vol.5, no.53, pp.78-80, 2021 (Non Peer-Reviewed Journal)

## Books & Book Chapters

- I. **Yeni Nesil Müşteri İlişkileri Yönetimi**  
Doğan C.  
in: Yeni Nesil Pazarlama Yaklaşımları, Aytuğ Mermer Üzümlü, Editor, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, pp.83-97, 2022
- II. **Dijital Siyasal Pazarlama: Siyasi Kampanyalarda Dijital Araçların Kullanımı**  
DOĞAN C.  
in: Dijital Çağda Pazarlama İletişimi, Aytuğ Mermer Üzümlü, Editor, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, pp.299-320, 2021
- III. **Satış Etkinliğinin Ölçümü**  
DOĞAN C.

in: Tüm Yönleriyle Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Aytuğ Mermer Üzümlü, Editor, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, pp.125-145, 2020

IV. **Bağımlı mısınız? Kompulsif Satın Alma ve Tüketim Bağımlılığı**

DOĞAN C.

in: Tüketimin 1001 Hali, Remzi Altunışık, Editor, Beta Yayıncılık, İstanbul, pp.117-132, 2019

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

- I. **Kent Markalama Stratejisi Olarak Turizm**  
Doğan C.  
BURSA 1st INTERNATIONAL CONFERENCE ON HUMANITY AND SOCIAL SCIENCES, Bursa, Turkey, 18 - 20 August 2023, pp.56-58
- II. **İnsani Diplomasi Uzantısı Olarak Arama Kurtarma Ekipleri**  
Doğan C.  
1st International Conference on Earthquake Studies, İstanbul, Turkey, 21 May 2023, pp.15-17
- III. **THE ROLE OF SYRIAN MIGRANTS IN BUSINESS LIFE: AN APPLICATION IN THE FURNITURE SECTOR**  
Doğan C.  
1st International Conference On Migration Studies, Barcelona, Spain, 25 - 28 January 2023, pp.50-52
- IV. **FIFA World Cup as a Nation Branding Tool**  
Doğan C.  
AFRICA 1ST INTERNATIONAL CONFERENCE ON NEW HORIZONS IN SCIENCES, Cairo, Egypt, 12 - 15 January 2023, pp.114-115
- V. **Bir Anadolu Kadın Örgütlenmesi Olan Bacıyân-ı Rûm ve Günümüz Kadın Teşkilatlarına Yönelik Model Önerisi**  
Doğan C.  
Uluslararası Kadın Çalışmaları Kongresi, Bursa, Turkey, 5 - 07 December 2022, pp.35-36
- VI. **TÜRKİYE'NİN BİR İFADE ALANI OLARAK 29 EKİM 1923'ÜN 100. YIL KUTLAMA TÖRENLERİNİN ULUS MARKALAMA ÜZERİNDEKİ ROLÜ**  
Doğan C.  
4. Uluslararası 29 Ekim Bilimsel Araştırmalar Sempozyumu, Adana, Turkey, 29 - 30 October 2022, pp.54-55
- VII. **TÜRK KÜLTÜRÜNÜN ULUSLARARASI ÖLÇEKTE İLK MARKALAŞMA ÇALIŞMASI OLARAK KARADENİZ VAPURU**  
Doğan C.  
5. ULUSLARARASI DEDE KORKUT TÜRK KÜLTÜRÜ, TARİHİ ve EDEBİYATI KONGRESİ, İzmir, Turkey, 2 - 04 September 2022, vol.2, pp.562-563
- VIII. **Yeni Bir İş Modeli Olarak: İmovasyon**  
Doğan C.  
3rd INTERNATIONAL 5 OCAK SOCIAL AND HUMANITIES CONGRESS, Adana, Turkey, 4 - 05 January 2022, pp.40-42
- IX. **Covid-19 Sonrası Dijital Tüketici Platformları Olarak E-CRM Yazılım Uygulamaları**  
Doğan C., Yavru İ. B.  
Sosyal Bilimlerde Covid-19 Çalışmaları Kongresi, İstanbul, Turkey, 30 September 2021, pp.120-121
- X. **LEANING AND REASONS IN THE BEHAVIORS OF TURKISH CONSUMERS IN BUYING AND NOT PURCHASING PRODUCTS FROM SYRIAN TRADES**  
Çevik Ata D., Doğan C.  
Uluslararası İzmir İktisat Kongresi, İzmir, Turkey, 11 - 12 September 2021, pp.137-138
- XI. **THE DEFINING PURPOSES OF NATION BRANDING AND NATION BRANDING**  
Doğan C.  
13. International Conference of Strategic Research on Scientific Studies and Education, Antalya, Turkey, 26 - 29 May 2021, pp.134-138
- XII. **CONSUMER BEHAVIOR ARISING WITH CORONA PHOBIA: CONSUMER FEAR**

Doğan C.

WORLD CONFERENCE ON PANDEMIC STUDIES-I, Ankara, Turkey, 01 May 2021, pp.66-67

**XIII. IMPORTANT OF HAGIA SOPHIA IN NATION BRANDING OF TURKEY**

Doğan C.

2. HAGIA SOPHIA INTERNATIONAL CONFERENCE ON CULTURE, CIVILIZATION AND MULTIDISCIPLINARY STUDIES IN SOCIAL SCIENCES, İstanbul, Turkey, 5 - 06 May 2021, pp.22-23

**XIV. EXAMINATION OF SPECIAL DAY CELEBRATION CULTURE IN THE CONTEXT OF HEDONIC ADAPTATION**

Doğan C.

2. INTERNATIONAL CULTURE, ART and LITERATURE CONGRESS, 2 - 04 May 2021, pp.304-305

**XV. BRAND ANTHROPOMORPHISM: HUMANIZING OF BRANDS**

Doğan C.

IV. INTERNATIONAL ANKARA CONFERENCE ON SCIENTIFIC RESEARCH, Ankara, Turkey, 10 - 11 April 2021, pp.225-226

**XVI. Turkey's Nation Branding Impact Of Humanitarian Aid From The Perspective Of Humanitarian Diplomacy**

Doğan C.

2. INTERNATIONAL GOBEKLITEPE SCIENTIFIC STUDIES CONGRESS, Şanlıurfa, Turkey, 20 - 21 March 2021, pp.74-75

**XVII. Uludag Üniversitesi Inegöl Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Demografik Yapıları ile Sosyo Kültürel Yapılarının İlişkilendirilmesi**

DOĞAN C.

Afyon Kocatepe Üniversitesi II. Meslek Yüksekokulları Kongresi, Turkey, 23 - 24 May 2014

## **Metrics**

Publication: 28

## **Non Academic Experience**

Municipality, İnegöl Belediyesi, İnegöl Marka Ofisi  
Presidency, İletişim Başkanlığı, Türkiye Marka Ofisi