

Öğr. Gör. Dr. CİHAD DOĞAN

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 224 294 2665](tel:+902242942665) Dahili: 62745

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

E-posta: cdogan@uludag.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0001-7022-0138

Yoksis Araştırmacı ID: 198799

Eğitim Bilgileri

Doktora, Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, İşletme, Türkiye 2018 - 2024

Yüksek Lisans, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Türkiye 2011 - 2013

Lisans, Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2007 - 2011

Ön Lisans, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, Türkiye 2005 - 2007

Yaptığı Tezler

Doktora, Ulus Marka Ölçeği Geliştirme Çalışması, Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, İşletme, 2024

Yüksek Lisans, Üniversite Öğrencilerinin Marka Bağlılıkları Üzerine Bir Araştırma: Karayolu Ulaşım Sektöründe Bir Uygulama, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2013

Araştırma Alanları

Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Öğretim Görevlisi Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İnegöl Myo, Pazarlama Ve Reklamcılık, 2014 - Devam Ediyor

Öğretim Görevlisi Dr., Hungarian University of Agriculture and Life Sciences, Institute of Agricultural and Food Economics, Marketing, 2024 - 2024

Öğretim Görevlisi Dr., Universidade de Coimbra, Faculty of Economics, Marketing , 2024 - 2024

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

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

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

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

Akademik İdari Deneyim

Bölüm Başkanı, Bursa Uludağ Üniversitesi, İNEGÖL MYO, PAZARLAMA VE REKLAMCILIK, 2022 - Devam Ediyor
Kurumsal İletişim Koordinatörü, Bursa Uludağ Üniversitesi, İnegöl Myo, Pazarlama Ve Reklamcılık, 2023 - 2024
Bursa Uludağ Üniversitesi, İnegöl Meslek Yüksekokulu, 2014 - 2016

Verdiği Dersler

Pazarlama İlkeleri, Ön Lisans, 2023 - 2024
Satış Yönetimi, Ön Lisans, 2022 - 2023
PAZARLAMA ARAŞTIRMASI, Ön Lisans, 2022 - 2023
Marka Yönetimi, Ön Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Ulus Markalama Kavramına Eleştirel Yaklaşım**
Doğan C.
İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, sa.65, ss.260-273, 2023 (Hakemli Dergi)
- II. **SANATI METALAŞTIRMAK: SANAT PAZARI VE SANAT PAZARLAMASI**
DOĞAN C.
The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, cilt.13, sa.3, ss.590-603, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, sa.2, ss.1-9, 2022 (Hakemli Dergi)
- IV. **The Defining Purposes of Nation Branding and Nation Branding Activities**
Doğan C.
Journal of Current Researches on Social Sciences, cilt.11, sa.2, ss.187-192, 2021 (Hakemli Dergi)
- V. **Türkiye'nin Marka Elçisi Olarak İstanbul Havalimanı**
Doğan C.
Kriter Dergi, cilt.5, sa.56, ss.75-77, 2021 (Hakemsiz Dergi)
- VI. **Türkiye'nin Cömertliği ve Ulus Marka İnşası**
Doğan C.
Kriter Dergi, cilt.5, sa.53, ss.78-80, 2021 (Hakemsiz Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

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

ss.125-145, 2020

IV. Bağımlı mısınız? Kompulsif Satın Alma ve Tüketim Bağımlılığı

DOĞAN C.

Tüketimin 1001 Hali, Remzi Altunışık, Editör, Beta Yayıncılık, İstanbul, ss.117-132, 2019

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. Kent Markalama Stratejisi Olarak Turizm**
Doğan C.
BURSA 1st INTERNATIONAL CONFERENCE ON HUMANITY AND SOCIAL SCIENCES, Bursa, Türkiye, 18 - 20 Ağustos 2023, ss.56-58
- II. İnsani Diplomasi Uzantısı Olarak Arama Kurtarma Ekipleri**
Doğan C.
1st International Conference on Earthquake Studies, İstanbul, Türkiye, 21 Mayıs 2023, ss.15-17
- III. SURIYELİ GÖÇMENLERİN İŞ HAYATINDAKİ ROLÜ: MOBİLYA SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA**
Doğan C.
1st International Conference On Migration Studies, Barcelona, İspanya, 25 - 28 Ocak 2023, ss.50-52
- IV. Bir Ulus Markalama Aracı Olarak FIFA Dünya Kupası**
Doğan C.
AFRICA 1ST INTERNATIONAL CONFERENCE ON NEW HORIZONS IN SCIENCES, Cairo, Mısır, 12 - 15 Ocak 2023, ss.114-115
- V. Bir Anadolu Kadın Örgütlenmesi Olan Bacıyân-ı Rûm ve Günümüz Kadın Teşkilatlarına Yönelik Model Önerisi**
Doğan C.
Uluslararası Kadın Çalışmaları Kongres, Bursa, Türkiye, 5 - 07 Aralık 2022, ss.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, Türkiye, 29 - 30 Ekim 2022, ss.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, Türkiye, 2 - 04 Eylül 2022, cilt.2, ss.562-563
- VIII. Yeni Bir İş Modeli Olarak: İmovasyon**
Doğan C.
3rd INTERNATIONAL 5 OCAK SOCIAL AND HUMANITIES CONGRESS, Adana, Türkiye, 4 - 05 Ocak 2022, ss.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, Türkiye, 30 Eylül 2021, ss.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, Türkiye, 11 - 12 Eylül 2021, ss.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, Türkiye, 26 - 29 Mayıs 2021, ss.134-138
- XII. CONSUMER BEHAVIOR ARISING WITH CORONA PHOBIA: CONSUMER FEAR**
Doğan C.

WORLD CONFERENCE ON PANDEMIC STUDIES-I, Ankara, Türkiye, 01 Mayıs 2021, ss.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, Türkiye, 5 - 06 Mayıs 2021, ss.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 Mayıs 2021, ss.304-305

XV. BRAND ANTHROPOMORPHISM: HUMANIZING OF BRANDS

Doğan C.

IV. INTERNATIONAL ANKARA CONFERENCE ON SCIENTIFIC RESEARCH, Ankara, Türkiye, 10 - 11 Nisan 2021, ss.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, Türkiye, 20 - 21 Mart 2021, ss.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, Türkiye, 23 - 24 Mayıs 2014

Metrikler

Yayın: 28

Akademi Dışı Deneyim

Belediye, İnegöl Belediyesi, İnegöl Marka Ofisi

Cumhurbaşkanlığı, İletişim Başkanlığı, Türkiye Marka Ofisi