**EK-3**

**ÖZGEÇMİŞ**

**1. Adı Soyadı : Pınar Bacaksız**

**2. Doğum Tarihi : 20.08.1984**

**3. Unvanı : Dr. Öğr. Üyesi**

**4. Öğrenim Durumu : Doktora**

**5. Çalıştığı Kurum :**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Derece** | **Alan** | **Üniversite** | **Yıl** |
| Lisans  | İşletme | Anadolu Üniversitesi-İİBF | 2002-2006 |
| Y. Lisans | Pazarlama | Anadolu Üniversitesi-SSBF | 2007-2009 |
| Doktora  | Pazarlama | Anadolu Üniversitesi-SSBF | 2009-2013 |

**5. Akademik Unvanlar**

Yardımcı Doçentlik Tarihi : 2014\_

Doçentlik Tarihi :

Profesörlük Tarihi :

**6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri**

**6.1**. Yüksek Lisans Tezleri

* Toprak Günay Faruk, (2020). Bilişim Teknolojisinde Katalogla Pazarlamanın Önemi Ve Mobilya Sektöründe Bir Uygulama, İstanbul Esenyurt Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü-Orman Mühendisliği Anabilim Dalı
* Senemoğlu Merve, (2019). Üniversite Çalışanlarında Performans Ve Motivasyon Ölçümü Algısı: Vakıf Üniversitesi Örneği, İstanbul Esenyurt Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü-İşletme Yönetimi Anabilim Dalı
* Şahin Fatma, (2018). Dönüşümcü Liderliğin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Üniversite Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, İstanbul Esenyurt Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü-İşletme Yönetimi Anabilim Dalı

**7. Yayınlar**

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

**7.2**. Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

* Bacaksız Pınar (2020). Covid-19 Pandemisi Döneminde Sohbet Pazarlamasının Önemi Ve Sohbet Robotu (Chatbot) Uygulamalarının Kullanımı. Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Ekim 2020. Ek Sayı. Araştırma Makalesi. S. 29-46
* Tuncalı Yaman Tutku, Bacaksız Pınar (2020). Potansiyel Kullanıcı Gruplarının Mobil Pazarlamaya Yönelik Bariyerlerinin Stratejik Pazarlama Kararları Bağlamında Önceliklendirilmesi. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(3), 675-687. Doi: Http://Dx.Doi.Org/10.18506/Anemon.613771 (Yayın No: 5341432)
* Öztürk Meltem, Bacaksız Pınar (2019). İnternette Emlak Reklamlarına Yönelik Tüketici Güveni: Tüketici Tutum Bileşenleri Üzerine Bir Araştırma. Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, 7(18), 323-348. (Yayın No: 5109187)
* Bacaksız Pınar, Ersoy Nezihe Figen (2017). Tasarımının Tüketicinin Ürüne Yönelik Tutumları Üzerine Etkisi: A Markası Tüketicileri Üzerine Bir Uygulama. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(18), 120-139. (Yayın No: 3953130)
* Bacaksız Pınar, Ülker Yasemin (2017). Context And Interaction Between Social Innovation And Collaborative Consumption: The Conceptual Study. Journal Of Social And Humanities Sciences Research, 4(15), 1856-1860. (Yayın No: 3923995)
* Bacaksız Pınar (2017). Neuromarketing And Subliminal Perception Phenomenon: A Conceptual Study. Social Sciences Studies Journal, 3(19), 1002-1007.
* Bacaksız Pınar (2017). Tüketicilerde İnovasyon Algısı Ve Kozmetik Ürünlere Dair Bir Uygulama (Consumer Perception Of Innovation And An Application Of Cosmetic Products ). International Journal Of Academic Value Studies (Javstudies), 3(15), 384-389. (Yayın No: 3617897)
* Bacaksız Pınar (2017). Sosyal Medyada Tüketim Algısı Ve Kadın Tüketicilerde Satın Alma Davranışına Olan Etkisi. Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi Ve Felsefe Dergisi, 5(1), 43-54. (Yayın No: 3617916)
* Bacaksız Pınar (2016). Satış Noktası Malzemelerinin Sağlık Sektöründe Kullanımı Ve Eczacılar Üzerine Bir Araştırma. İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Yönetim Dergisi, 80(Haziran 2016), 80-95. (Yayın No: 3550300)

**7.3.** Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabındabasılan bildiriler

* Bacaksız Pınar (2020). İşletmelerin Covıd-19 Pandemisi Süreci İle Daha Önceki Kriz Dönemlerinde Uyguladıkları Pazarlama Stratejilerinin Karşılaştırmalı Analizi. Online International Conference Of Covıd-19 (Concovid) (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:6332655)
* Bacaksız Pınar (2019). Dijital Pazarlamada Chatbot Uygulamaları Ve Önemine Kavramsal Bir Bakış. 11th International Congress On Social Sciences, China To Adriatic], 100-102. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5591363)
* Bacaksız Pınar (2019). Yeni Medya Stratejilerinde Influencer Pazarlamanın Önemi Ve Marka Konumlandırma İle Olan İlişkisi Üzerine Teorik Bir Çalışma. Icomep’19-Spring International Congress Of Management, Economy And Policy 2019 Spring İstanbul/Türkiye 20-21 April 2019, 75-76. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5082783)
* Bacaksız Pınar (2018). A Conceptual Study On Voluntary Simplicity Perception And Collaborative Consumption İn Changing Consumption Culture. 11th International Agp Conference Of Humanities And Social Sciences, 26-29 January2018, University Of Malta, Valletta, Malta (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4276545)
* Bacaksız Pınar (2016). Inbound Pazarlamada Sosyal Medya Ve Kadın Tüketicilerde Satın Alma Davranışına Olan Etkisi. 21. Pazarlama Kongresi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:355039

**7.4.** Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

* New Paradigms within the Communication Sciences (2021), Editörler: E.E. Başar, Pınar Bacaksız. Cambridge Scholars Publishing. Basım Sayısı: 1. ISBN (10): 1-5275-7226-9 ISBN (13): 978-1-5275-7226-3 İngilizce (Bilimsel Kitap)
* Dijital Reklamcılık, Bölüm Adı: Sosyal Medya Pazarlaması (2020), Bacaksız Pınar, Başar Enes Emre, Nobel Yayınevi, Editörler: Derya Öcal, Hıdır Polat. 1. Basım. 576 S. ISBN: 978-625-406-430-2 E-ISBN: 978-625-406-431-9
* Değişen Pazarlama Anlayışı: Yeni Pazarlama Yaklaşımları II, Bölüm Adı: Influencer Pazarlama (Influencer Marketing) (2020), Bacaksız Pınar, Nobel Yayınevi, Editör: Yavuz Akçi, Kazım Kılınç, Arif Yıldız, Basım Sayısı:1, Sayfa Sayısı 304, ISBN:978-625-402-361-3, Türkçe (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6296088)
* New Communication Approaches in The Digitalized World, Bölüm Adı: Perspective on Consumer Attitudes and Importance of Attitudes in Mobile Marketing Strategies (2020), Bacaksız Pınar, Cambridge Scholars Publishing, Editör : Mehmet Serdar Erciş, Enes Emre Başar, Basım Sayısı:1, ISBN:978-1-5275-5050-6, İngilizce (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6268520)
* Sürdürülebilirlik: Ekonomik Ve Sosyal Eğilimler, Bölüm Adı: Sürdürülebilir Pazarlamada Tasarım Ve Algı Yönetimi (2019), Bacaksız Pınar, İmaj Yayınevi, Editör: Başar Enes Emre, Ağ Ali Rıza, Gülhan Ünal, Basım Sayısı:1, Sayfa Sayısı 209, ISBN:978-605-7905-23-9, Türkçe (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 5310801)
* Satış Noktasında Reklamcılık (Sağlık Sektörü Uygulaması) (2019). Bacaksız Pınar, Lap Lambert Academic Publishing, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 101, ISBN:978-620-0-23597-8, Türkçe (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 5157234)
* Değişen Pazarlama Anlayışı-Yeni Pazarlama Yaklaşımları, Bölüm Adı: Nöropazarlama (2018), Bacaksız Pınar, Gazi Kitabevi, Editör: Doç. Dr. Yavuz Akçi, Basım Sayısı:1, ISBN:978-605-344-798-6, Türkçe (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4375694)
* Strategic Researches 3: From Local To Global, Bölüm Adı: Positioning and Perception Management in Marketing Strategies (2018). Bacaksız Pınar, IJOPEC Publication, Editör: Silvius Stancıu, Ali Rıza Gökbunar, Turan Gündüz, Basım Sayısı:1, Sayfa Sayısı 418, ISBN:978-1-912503-43-8, İngilizce (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4362460)
* Değişen Pazarlama Anlayışı-Yeni Pazarlama Yaklaşımları, Bölüm Adı: Yeşil Pazarlama (2018)., Bacaksız Pınar, Gazi Kitabevi, Editör: Yavuz Akçi, Basım Sayısı:1, ISBN:978-605-344-798-6, Türkçe (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4375703)

**7.5.** Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

**7.6.** Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

**7.7.** Diğer yayınlar

* Bacaksız Pınar (2010). Endüstriyel Pazarlarda Marka Olmak. Fortune (Uluslararası) (Hakemsiz) (Makale Özgün Makale) (Yayın No: 573853)

**8. Projeler**

* Paradigm Shift With in The Communicatıon Realm, Diğer (Uluslararası), Baş Araştırmacı: The European Scientific Collaboration Project, 04/05/2020- 19/08/2021

**9. İdari Görevler**

* 2017-2020 Yüksekokul Müdürü- İstanbul Esenyurt Üniversitesi/Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
* 2017-2020 Senato Üyeliği-İstanbul Esenyurt Üniversitesi/Rektörlük
* 2014-2017 Yüksekokul Müdür Yardımcısı- İstanbul Esenyurt Üniversitesi/Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
* 2014-2017 Yönetim Kurulu Üyeliği-İstanbul Esenyurt Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü

**10. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler**

**11. Ödüller/Sertifikalar**

* Erasmus, International Staff Week Kapsamında Ders Verme, Universita Degli Studi Di Firenze, Sertifika, 21.10.2019 -25.10.2019 (Uluslararası)

**12. Son iki yılda verdiğiniz lisans ve lisansüstü düzeydeki dersler için aşağıdaki tabloyu doldurunuz.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Akademik****Yıl** | **Dönem** | **Dersin Adı** | **Haftalık Saati** | **Öğrenci Sayısı** |
| **Teorik** | **Uygulama** |
| 2019-2020 | **Güz** | Pazarlama İlkeleri | 3 | 0 | 35 |
| **Güz** | Uluslararası Marka ve İmaj Yönetimi | 3 | 0 | 30 |
| **İlkbahar** | Bütünleşik Pazarlama | 3 | 0 | 27 |
|  | **İlkbahar** | Uluslararası Pazarlama | 3 | 0 | 42 |
| 2018-2019 | **Güz** | Tüketici Davranışı | 3 | 0 | 22 |
| **Güz** | Pazarlama İlkeleri | 3 | 0 | 28 |
| **Güz** | Uluslararası Marka ve İmaj Yönetimi | 3 | 0 | 17 |
| **İlkbahar** | Bütünleşik Pazarlama | 3 | 0 | 15 |
|  | **İlkbahar** | Uluslararası Pazarlama | 3 | 0 | 22 |

**Not:** Açılmışsa, yaz döneminde verilen dersler de tabloya ilave edilecektir.