

ÖZGEÇMİŞ

1. **Adı Soyadı** : Burcu Gümüş
2. **Doğum Tarihi** :
3. **Unvanı** : Doktor Öğretim Üyesi
4. **Öğrenim Durumu** : Doktora
5. **Çalıştığı Kurum** : Doğu Üniversitesi

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Ekonometri	Uludağ Üniversitesi	2002
Y. Lisans	İşletme	İstanbul Bilgi Üniversitesi	2008
Doktora	İletişim	İstanbul Bilgi Üniversitesi	2017

5. Akademik Unvanlar

- Yardımcı Doçentlik Tarihi : Şubat 2018 – Doğu Üniversitesi
Doçentlik Tarihi :
Profesörlük Tarihi :

Doktora Tezi: Design Effects on Consumer Choices: A Study on Technological Products

Master Projesi: Customer Retention and e-loyalty: The effects of CRM in e-loyalty

6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

- 6.1. Yüksek Lisans Tezleri
- 6.2. Doktora Tezleri

7. Yayınlar

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

7.2. Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

7.3. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

Gumus B., Varnali K. and Ozturkcan S. (2014) “Adoption of Really New Products: Retro Appearance and the Bandwagon Effect” Proceedings of the 5th European Marketing Academy (EMAC)– Regional, 24 – 26 Eylül, Katowice, Polonya.

Suerdem A.K., Gumus B. and Unanoglu M. (2013) “Determinants of risk perception towards science and technology” Proceedings of the 4th International Conference on Risk Analysis and Crisis Response (RACR), 26 – 29 Ağustos, İstanbul, Türkiye.

7.4. Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

7.5. Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

Gümüş, B. ve Gegez, E. E. (2017), “Değişen Tüketici Kültüründe Yeni Trend: Ortak Tüketim,” Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 20(Temmuz), 155-177.

7.6. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

Gümüş, B. ve Telci, E. E. (2016), “Değişen Tüketici Kültüründe Yeni Trend: Ortak Tüketim,” 21. Ulusal Pazarlama Kongresi, 06-08 Ekim, Kütahya, Türkiye.

Ursavaş, B. ve Gumus, B. (2015), “Bir Ölçek Geliştirme Çalışması: Retro Yatınlığı” 20. Ulusal Pazarlama Kongresi, 10-13 Haziran, Eskişehir, Türkiye.

7.7. Diğer yayımlar

Gegez, E. E. ve Gümüş, B. (2019). Eğitim Sektöründe Ürün Stratejileri in Ercan Gegez (Ed.), Yükseköğretimde Tutundurma ve Strateji: Altınbaş Üniversitesi Yayınları, ISBN: 9786052065136

Gümüş, B. ve Gegez, E. E. (2018). Yüksek Teknoloji Markaları in Müge Aslan (Ed.), Masamızda Marka Sohbetleri II. İstanbul: Beta , ISBN: 9786052423059

Gegez, E. E. ve Gümüş, B. (2018). Küresel Pazarlar in A. Ercan Gegez (Ed.), 16. Edition Principles of Marketing. İstanbul: Beta, ISBN:978-605-242-181-9

Öztürkcan, S. ve Gümüş, B. “Sustaining competitive advantage: Turk Telekom” in Strategic Marketing: Creating Competitive Advantage (3rd Ed. 2015), edited by Doug West, John Ford and Essam Ibrahim, Oxford University Press, ISBN:978-0-19-968409-0.

Gümüş, B. "OZpack: Odaklanma mı büyüme mi?" in Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi. 2015/02, (pp.47-51).

Gümüş, B. (2010). "Sektördeki Firma sayısı neden bu kadar az?" İstanbul Ecolife – Züccaciye Cam Sektör Dergisi. year: 10, issue:39, Ocak-Şubat- Mart 2010, (pp.48-50).

8. Projeler

9. İdari Görevler

10. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler

11. Ödüller

2016 - 21. Pazarlama Kongresi Prof.Dr. Mehmet Oluç En İyi Bildiri Birincilik Ödülü

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	
2017 – 2018	İlkbahar	Sociology of Media	4	0	12
		Introduction to PR and Advertising	2	2	7
		Ütopya	3	0	88
2018 – 2019	Güz	Media Ethics	4	0	16
		Haber Toplama ve Yazma	2	2	28
		İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri (Yüksek Lisans Dersi)	3	0	4
2018 - 2019	İlkbahar	Sociology of Media	4	0	9
		General Communication	2	0	80
		Genel İletişim	2	0	79
		Radio and TV Broadcasting	2	2	5

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

