

Asst. Prof. Tuğçe OZANSOY ÇADIRCI

Personal Information

Email: tozansoy@yildiz.edu.tr

Education Information

Doctorate, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, Turkey 2004 - 2009

Post Graduate, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Turkey 2001 - 2004

Under Graduate, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme , Turkey 1997 - 2001

Foreign Languages

English, C1 Advanced

Dissertations

Doctorate, Moda Ürünlerinin Pazarlanmasında Sosyo-Psikolojik Faktörlerin Tüketici Tercihleri İle İlişkisi Üzerine Bir Pilot Araştırma, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, 2009

Post Graduate, Politik Pazarlamada Etik ve Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 2004

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Assistant Professor, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme , 2018 - Continues

Assistant Professor, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme , 2014 - 2018

Research Assistant PhD, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme , 2009 - 2010

Research Assistant, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme , 2002 - 2009

Advising Theses

Ozansoy Çadirci T., Sağlık sektöründe hizmet ortamının müşteri sadakati ile ilişkisi: Özel hastaneler ve devlet hastaneleri açısından bir karşılaştırma, Post Graduate, A.Emre(Student), 2019

Articles Published in Other Journals

- **Effects of Cognitive Load and Game Involvement on Affective Responses in Branded Entertainment**

GÜNGÖR A. S. , Cadirci T.

INTERNATIONAL JOURNAL OF GAMING AND COMPUTER-MEDIATED SIMULATIONS, vol.11, pp.42-58, 2019

(Journal Indexed in ESCI)

- **Love My Selfie selfies in managing impressions on social networks**

Ozansoy Çadirci T., Sağlıkya Güngör A.

Journal of Marketing Communications, vol.25, pp.268-287, 2019 (Refereed Journals of Other Institutions)

- **Çevrimiçi Satın Almalarda Tüketicinin Risk Algısı: İki Boyutlu Ürün Görüntüleme ve Artırılmış Gerçeklik (Üç Boyutlu Ürün Görüntüleme)Uygulamalarına İlişkin Bir Karşılaştırma**
OZANSOY ÇADIRCI T., SAĞKAYA GÜNGÖR A.
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.36, pp.53-76, 2018 (Other Refereed National Journals)
- **The Impact of Healthscape on Customer Satisfaction and Loyalty in Public and Private Healthcare Institutions**
OZANSOY ÇADIRCI T., AKMAZ A. E.
Yıldız Social Science Review, vol.3, pp.81-96, 2018 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **COMPARING THE EFFECT OF TWO-DIMENSIONAL DISPLAY AND THREE-DIMENSIONAL TRY ON TECHNOLOGIES ON THE CONSIDERATION SET FORMATION AND FINAL CHOICE ON THE WEBSITES**
SAĞKAYA GÜNGÖR A., OZANSOY ÇADIRCI T.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.3, pp.627-645, 2018 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Impact of Involvement and Cognitive Load on A ective Responses to Advergimes and In-Game Advertising**
SAĞKAYA GÜNGÖR A., OZANSOY ÇADIRCI T.
Yıldız Social Science Review, vol.2, pp.91-106, 2016 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Segmenting eWOM Engagers On Online Social Networks Based on Personal Characteristics and Behavior**
Sağkaya Güngör A., OZANSOY ÇADIRCI T.
EKEV AKADEMİ DERGİSİ, vol.17, pp.33-50, 2013 (Refereed Journals of Other Institutions)
- **Alışveriş Değeri ve Mağaza Seçim Kriterlerinin Belirlenmesinin Hazcı ve Faydacı Alışveriş Değeri İle İlişkisi: Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**
Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadircı T.
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.19, pp.141-155, 2010 (National Refreed University Journal)
- **Tüketicilerin Sosyo-Psikolojik ve Demografik Özellikleri, İlgenim, Subjektif Bilgi ve Güven Düzeyine Bsğlı Olarak Moda Giysi Pazarının Bölümlendirilmesi**
OZANSOY ÇADIRCI T.
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, vol.9, pp.143-152, 2010 (National Refreed University Journal)
- **A Theoretical Framework About How Organizations Promote Their Corporate Social Responsibility Initiatives**
Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadircı T., Esen E.
International Journal of Business and Management, vol.1, pp.39-47, 2009 (Refereed Journals of Other Institutions)

Book & Book Chapters

- **in: Application of Gaming in New Media Marketing**
OZANSOY ÇADIRCI T., Sağkaya Güngör A.
Gap Between Mobile and Online Advergimes: The Possible Effects of the Optimal Gaming Experience-Flow, Pratika Mishra, Swati Oberoi Dham, Editor, Igi Global Publications, Hershey, pp.125-150, 2018
- **in: Application of Gaming in New Media Marketing**
OZANSOY ÇADIRCI T., SAĞKAYA GÜNGÖR A.
Gap Between Mobile and Online Advergimes: The Possible Effects of the Optimal Gaming Experience-Flow, Pratika Mishra, Swati Oberoi Dham, Editor, IGI GLOBAL, pp.125-150, 2018
- **in: Handbook of Research on Global Fashion Management and Merchandising**
Ozansoy Çadircı T., Köse Ş. G.
Augmented Reality as a Tool to Enhance the Experiential Value of Online Shopping: The Future of Fashion Retailing, Vecchi, A., Buckley, C., Editor, Igi Global, Pennsylvania, pp.281-304, 2016
- **in: Handbook of Research on Human-Computer Interfaces, Developments, and Applications**
Sağkaya Güngör A., OZANSOY ÇADIRCI T., KÖSE Ş. G.
Advergaming – How Does Cognitive Overload Effect Brand Recall? Differences between In-Game Advertising (IGA) and Advergimes, Rodrigues, J, Cardoso, P., Monteiro, J., Figueiredo, M., Editor, Igi Global, -, pp.502-524,

2016

- **in: Capturing, Analyzing, and Managing Word-of-Mouth in The Digital Marketplace**

OZANSOY ÇADIRCI T., Sağkaya Güngör A.

Electronic Word-of-Mouth Communication in Online Social Networks: The Motivational Antecedents of Electronic Word-of-Mouth (eWOM) Engagement in Online Social Networks, Rathore S, Panwar A., Editor, IGI Global Publications, Hershey Pa, pp.77-102, 2015

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- **Motivations for Gifting in Digital Games: What If The Gift Is Virtual?**

Sağkaya Güngör A., OZANSOY ÇADIRCI T.

3rd Annual International Conference on Social Sciences, 26 - 27 Ekim 2017, no.3

- **Impact of involvement telepresence and cognitive load on affective responses to advergimes**

SAĞKAYA GÜNGÖR A., OZANSOY ÇADIRCI T.

2nd Annual International Conference on Social Sciences (AICSS), 2 - 04 Haziran 2016, no.2

- **Segmenting the Gamers to Understand The Effectiveness of In Game Advertisement**

OZANSOY ÇADIRCI T., Sağkaya Güngör A., KÖSE Ş. G.

1st Annual International Conference on Social Sciences, İstanbul, Turkey, 14 Mayıs 2015

- **The Relationship Between Brand Name, Percieved Value, Percieved Quality, Store Image and Consumers' Purchase Intentions**

Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadirci T.

SOBIAD, İzmir, Turkey, 21 Ağustos 2008

- **Meyve Suyu Sektöründeki Mağaza Markalı Ürünlerin Algılanmasına İlişkin Bir Çalışma**

Kurtuluş K., OZANSOY ÇADIRCI T., Başfirıncı Ç.

11.Ulusal Pazarlama Kongresi, İzmir, Turkey, 01 Kasım 2006, no.11, pp.223-249

- **Brand Choices Depending On Technological Developments Among Young Consumers**

Kırçova İ., Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadirci T.

GBATA, Budapest, Hungary, 14 Haziran 2003

Citations

Total Citations (WOS):5

h-index (WOS):1