

# Dr.Öğr.Üyesi Tuğçe OZANSOY ÇADIRCI

## Kişisel Bilgiler

**E-posta:** tozansoy@yildiz.edu.tr

**Web:** https://avesis.yildiz.edu.tr/tozansoy

## Eğitim Bilgileri

Doktora, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, Türkiye 2004 - 2009

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Türkiye 2001 - 2004

Lisans, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme , Türkiye 1997 - 2001

## Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

## Yaptığı Tezler

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

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

## Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

## Akademik Unvanlar / Görevler

Dr.Öğr.Üyesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme , 2018 - Devam Ediyor

Yrd.Doç.Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme , 2014 - 2018

Araştırma Görevlisi Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme , 2009 - 2010

Araştırma Görevlisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme , 2002 - 2009

## Yönetilen Tezler

Ozansoy Çadircı T., Sağlık sektöründe hizmet ortamının müşteri sadakati ile ilişkisi: Özel hastaneler ve devlet hastaneleri açısından bir karşılaştırma, Yüksek Lisans, A.Emre(Öğrenci), 2019

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- **Effects of Cognitive Load and Game Involvement on Affective Responses in Branded Entertainment**  
GÜNGÖR A. S. , Cadircı T.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF GAMING AND COMPUTER-MEDIATED SIMULATIONS, cilt.11, ss.42-58, 2019  
(ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- **Love My Selfie selfies in managing impressions on social networks**  
Ozansoy Çadircı T., Sağkaya Güngör A.

Journal of Marketing Communications, cilt.25, ss.268-287, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- **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, cilt.36, ss.53-76, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **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, cilt.3, ss.81-96, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **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, cilt.3, ss.627-645, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **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, cilt.2, ss.91-106, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Segmenting eWOM Engagers On Online Social Networks Based on Personal Characteristics and Behavior**  
Sağkaya Güngör A., OZANSOY ÇADIRCI T.  
EKEV AKADEMİ DERGİSİ, cilt.17, ss.33-50, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Alışveriş Değeri ve Mağaza Seçim Kriterlerinin Belirlenmesinin Hazcı ve Faydacı Alışveriş Değeri İle İlişkisi: Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**  
Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadirci T.  
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.19, ss.141-155, 2010 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Tüketicilerin Sosyo-Psikolojik ve Demografik Özellikleri, İlgenim, Subjektif Bilgi ve Güven Düzeyine Bşgılı Olarak Moda Giysi Pazarının Bölümlendirilmesi**  
OZANSOY ÇADIRCI T.  
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, cilt.9, ss.143-152, 2010 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **A Theoretical Framework About How Organizations Promote Their Corporate Social Responsibility Initiatives**  
Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadirci T., Esen E.  
International Journal of Business and Management, cilt.1, ss.39-47, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

## Kitap & Kitap Bölümleri

- **Gap Between Mobile and Online Advergimes: The Possible Effects of the Optimal Gaming Experience-Flow**  
OZANSOY ÇADIRCI T., Sağkaya Güngör A.  
Application of Gaming in New Media Marketing, Pratika Mishra, Swati Oberoi Dham, Editör, Igi Global Publications, Hershey, ss.125-150, 2018
- **Gap Between Mobile and Online Advergimes: The Possible Effects of the Optimal Gaming Experience-Flow**  
OZANSOY ÇADIRCI T., SAĞKAYA GÜNGÖR A.  
Application of Gaming in New Media Marketing, Pratika Mishra, Swati Oberoi Dham, Editör, IGI GLOBAL, ss.125-150, 2018
- **Augmented Reality as a Tool to Enhance the Experiential Value of Online Shopping: The Future of Fashion Retailing**  
Ozansoy Çadirci T., Köse Ş. G.  
Handbook of Research on Global Fashion Management and Merchandising, Vecchi, A., Buckley, C., Editör, Igi Global, Pennsylvania, ss.281-304, 2016
- **Advergaming – How Does Cognitive Overload Effect Brand Recall? Differences between In-Game**

## **Advertising (IGA) and Advergimes**

Sağkaya Güngör A., OZANSOY ÇADIRCIT., KÖSE Ş. G.

Handbook of Research on Human-Computer Interfaces, Developments, and Applications, Rodrigues, J, Cardoso, P., Monteiro, J., Figueiredo, M., Editör, Igi Global, -, ss.502-524, 2016

- **Electronic Word-of-Mouth Communication in Online Social Networks: The Motivational Antecedents of Electronic Word-of-Mouth (eWOM) Engagement in Online Social Networks**

OZANSOY ÇADIRCIT., Sağkaya Güngör A.

Capturing, Analyzing, and Managing Word-of-Mouth in The Digital Marketplace, Rathore S, Panwar A., Editör, Igi Global Publications, Hershey Pa, ss.77-102, 2015

## **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

- **Motivations for Gifting in Digital Games: What If The Gift Is Virtual?**  
Sağkaya Güngör A., OZANSOY ÇADIRCIT.  
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 ÇADIRCIT.  
2nd Annual Internation Conference on Social Sciences (AICSS), 2 - 04 Haziran 2016, no.2
- **Segmenting the Gamers to Understand The Effectiveness of In Game Advertisement**  
OZANSOY ÇADIRCIT., Sağkaya Güngör A., KÖSE Ş. G.  
1nd Annual International Conference on Social Sciences, İstanbul, Türkiye, 14 Mayıs 2015
- **The Relationship Between Brand Name, Percieved Value, Percieved Quality, Store Image and Consumers' Purchase Intentions**  
Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadircı T.  
SOBIAD, İzmir, Türkiye, 21 Ağustos 2008
- **Meyve Suyu Sektöründeki Mağaza Markalı Ürünlerin Algılanmasına İlişkin Bir Çalışma**  
Kurtuluş K., OZANSOY ÇADIRCIT., Başfırınçı Ç.  
11.Ulusal Pazarlama Kongresi, İzmir, Türkiye, 01 Kasım 2006, no.11, ss.223-249
- **Brand Choices Depending On Technological Developments Among Young Consumers**  
Kırçova İ., Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadircı T.  
GBATA, Budapest, Macaristan, 14 Haziran 2003

## **Atıflar**

Toplam Atf Sayısı (WOS):5

h-indeksi (WOS):1