Özlen Özgen, Ph.D.

**Professor of Public Relations and Advertising**

Atılım University

Department of Public Relations and Advertising

06830 İncek, Gölbaşı, Ankara/TURKEY

ozlen.ozgen@atilim.edu.tr

Tel: +90 312 586 8614

# EDUCATION

|  |  |
| --- | --- |
| 1991 | Family and Consumer Sciences, Ankara University, PhD |
| 1986 | Family and Consumer Sciences, Ankara University, MSc |
| 1982 | Family and Consumer Sciences, Hacettepe University, BA. |
| 1982 | Pedagogical Formation, Hacettepe University |

# ACADEMIC POSITIONS

|  |  |
| --- | --- |
| 2017 -  | Prof. Dr., Department of Public Relations and Advertising, Atilim University, Turkey |
| **2007- 2017**  | Prof. Dr., Department of Public Relations and Publicity, Gazi University, Turkey |
| **2001- 2007** | Prof. Dr., Department of Family and Consumer Sciences, Ankara University, Turkey |
| **1995- 2001** | Assoc. Prof. Dr., Department of Family and Consumer Sciences, AnkaraUniversity, Turkey |
| **1993- 1995** | Assist. Prof. Dr., Department of Family and Consumer Sciences, Ankara University, Turkey |
| **1984- 1993** | Research Assistant, Department of Family and Consumer Sciences, Ankara University, Turkey |

**ADMINISTRATIVE DUTIES**

|  |  |
| --- | --- |
| 2017 -  | Prof. Dr., Department of Public Relations and Advertising, Atilim University, Turkey |
| **2011 - 2011****2011 - 2016** | Chairperson of the Public Relations and Publicity Department, Gazi University |
| **2007 - 2010** | Ministry of Science, Industry and Technology, Member of the Board ofAdvertisement as a Representative of the Council of Higher Education |

**RESEARCH INTERESTS**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Public relations |
| **2** | Advertising |
| **3** | Consumption Culture |
| **4** | Cultural Studies |
| **5** | Popular Culture |
| **6** | Biotechnology |

**PUBLICATIONS (SSCI/AHCI)**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | **ÖZGEN, Ö.** EŞİYOK, E. 2020. Consumer Ethics, Materialism and Material Satisfaction: A Study on Turkish Adolescent Consumers. **International Journal of Consumer Studies,** 44(1):14-24. (SSCI) |
| 2 | **ÖZGEN, Ö.,** 2012. Seferihisar: A Sustainable Place in a Fast World. **Milli Folklor Dergisi**, 24(95):135-146.(AHCI) |
| 3 | **ÖZGEN, Ö**. and BAYOĞLU, A.S., 2005. Turkish college students attitudes towards money. (SSCI) **International Journal of Consumer Studies**, 29 (6): 493-501. |
| 4 | **ÖZGEN, Ö**. 2003. An analysis of child consumers in Turkey. **International Journal of Consumer Studies**, 27(5):366-380. (SSCI) |
| 5 | UFUK, H. and **ÖZGEN, Ö**., 2001. Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in Turkey. **Journal of Business Ethics**, 31(2): 95-106. (SSCI) |
| 7 | UFUK, H. and **ÖZGEN, Ö**., 2001. The profile of women entrepreneurs: A sample of Turkey. **International Journal of Consumer Studies**, 25(4): 299- 308.(SSCI) |
| **8** | GÖNEN, E., KALINKARA, V. and **ÖZGEN, Ö.,** 1991. Anthropometry ofTurkish women. **Applied Ergonomics**, 22: (6): 409-411. (SCI-SSCI) |
| **9** | **ÖZGEN, Ö**. and GÖNEN, E., 1989. Consumer behaviour of children inprimary school age. **Journal of Consumer Studies and Home Economics**,13: 175-187 |

**PUBLICATIONS IN REFEREED NATIONAL JOURNALS**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | YANAR, A , SÖYLEMEZOĞLU, F , ERDOĞAN, Z , **ÖZGEN, Ö** . (2021). SOMUT VE SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASIN KORUNMASI: TÜRK HAMAMI ÖRNEĞİ . **The Turkish Online Journal of Design Art and Communication** , 11 (1) , 1-19 |
| 2 | TURANCI, E.ve **ÖZGEN, Ö. 2018.** Türk Kültüründe Ağaç Sembolizmi ve Filmlere Yansıması. **Etkileşim Dergisi**. 1(1): 154-171. |
| 3 | SÖNMEZ, E. E. ve **ÖZGEN, Ö.** 2017. Medya kullanımı ve Beden İmajı: Türkiye ve İngiltere örneği. **Akdeniz Üniversitesi İletişim** **Fakültesi Dergisi**, 27: 78-95.  |
| **4** | **ÖZGEN, Ö. ve** ELMASOĞLU K.2016. Sosyal medya ve marka İletişimi: Havayolu şirketlerinin Twitter kullanımına yönelik bir araştırma. **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi,** 43: 181-202 |
| **5** | **ÖZGEN, Ö.** 2016. Kültürel miras kapsamında “Türk hamamı’ üzerine bir inceleme **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi,** 42: 111-138. |
| **6** | **ÖZGEN, Ö.** EMİROĞLU, H. SERPEN, A.S. BENLİOĞLU, B. 2013. Tüketiciler ve genetiği değiştirilmiş ürün grupları: Algıları ve etik inançlar üzerine bir araştırma. **Akdeniz Üniversitesi İletişim** **Fakültesi Dergisi**, 20: 236-245. |
| **7** | **ÖZGEN, Ö.** KARABACAK, Z. İ. 2013. Tüketim mekanlarının dönüşümünde görsel iletişimin rolü. **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi,** 37: 120-149. |
| **8** | **ÖZGEN, Ö.** EMİROĞLU, H. SERPEN, A.S. BENLİOĞLU, B. 2013. Halkın genetiği değiştirilmiş ürünlere/üretilme süreçlerine yönelik algıları ve etik inançları. **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi,** 37: 310-321 |
| **9** | AKAR, B. ve **ÖZGEN, Ö**. 2011. Teknolojik vatandaşlık ve insan genetiğinin ticarileşmesi ile ilgili risk algıları. **Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi,** 46(2):1-24 |
| **10** | HASPOLAT I. **ÖZGEN, Ö**. 2011. Tüketicilerin genetik yapısı değiştirilmiş gıdalara ilişkin görüşleri: Kültürlerarası bir karşılaştırma**. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi,** 46(1): 40-60 |
| **11** | **ÖZGEN, Ö.** 2010. Televizyon reklamları ve çocuk tüketicilerin istismarı. **Akdeniz Üniversitesi İletişim** **Fakültesi Dergisi**, 14 (4): 23-45. |
| **12** | **ÖZGEN, Ö.** ve TAŞ, A.S. 2006. Genetiği değiştirilmiş ürünler ve tüketici**. Gazi Üniversitesi** **Mesleki Eğitim Fakültesi Dergisi**, 9 (17): 1-22. |
| **13** | **ÖZGEN, Ö.** ve BAYOĞLU, A.S. 2006. Üniversite öğrencilerinin paraya ilişkin tutumları. **Ekonomik Yaklaşım**, 59 (17) : 115-138. |
| **14** | AZMAN, O. ve **ÖZGEN, Ö.** 2001. Ailelerin paraya yönelik tutumları ve ekonomik refahları arasındaki ilişkinin incelenmesi. **Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi,** 2: 91-113. |
| **15** | GÖNEN, E. **ÖZGEN, Ö.** BABEKOĞLU, Y. ve UFUK, H. 2001. Gençlerin tüketici davranışlarının model yaklaşımı ile incelenmesi. **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,** 19(1):137-166. |
| **16** | **ÖZGEN, Ö.** ve BABEKOĞLU, Y. 2000. Yaşlı, aile ve toplum: Değişen roller. **Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi**, 1(1):44-50. |
| **17** | ÖZGEN, Ö. 2000. Kapadokya’yı ziyaret eden turistlerin genel seyahat motivasyonları ve tatmin olma durumları. **Anatolia,** 11: 22-34. |
| **18** | GÖNEN, E. **ÖZGEN, Ö.** BABEKOĞLU, Y. ve UFUK, H. 2000. Gençlerin tasarruf ve tüketim davranışları üzerinde bir araştırma. **Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 1: 179-204. |
| **19** | **ÖZGEN, Ö.** ve UFUK, H. 1999. Yaşlıların giysi tüketimine yönelik davranışları ve sorunları. **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,** 17 (2): 181-199. |

**PUBLICATIONS IN NATIONAL JOURNALS**

|  |  |
| --- | --- |
| **1** | **ÖZGEN, Ö.** ve UFUK, H. 1997. Tüketicilerin ambalaj tercihleri ve çevreci pazarlama ilkelerini algılamaları. **Standard,** 36 (432): 114-124. |
| **2** | **ÖZGEN, Ö.** ve UFUK, H. 1997. Ekonomik gelişmede kadın girişimciliğin rolü. **KaDeFe,** 20 (4): 16-21. |
| **3** | **ÖZGEN, Ö.** 1997. Tüketicilerin kredi kartı kullanma alışkanlıkları. Standard, 36 (421): 78-85. |
| **4** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1996. Medya ve tüketici, **Standard**, 35 (418): 125-131. |
| **5** | **ÖZGEN, Ö.** 1996. Ankara’da farklı gelir gruplarındaki öğretim elemanlarının tüketici kredisi kullanma davranışları. Türkiye Bankalar Birliği, **Bankacılar Dergisi**, 17: 19-28. |
| **6** | **ÖZGEN, Ö.** 1995. Tüketicinin sosyalleştirilmesine yaşam dönemi yaklaşımı. **Standard**, 34 (402): 85-91. |
| **7** | **ÖZGEN, Ö.** 1995. Kırsal turizmin sosyoekonomik profili ve çevre. **Verimlilik**, 3: 89-102. |
| **8** | **ÖZGEN, Ö.** 1995. Biyoteknoloji ve tüketici. **Verimlilik**, 2: 141-148 |
| **9** | **ÖZGEN, Ö.** 1995. Bankacılık sektöründe kullanılan yeni teknolojilerin tüketici boyutu. **Standard**, 397: 30-32. |
| **10** | **ÖZGEN, Ö.** 1994. Tüketicinin korunması ve kalite standartları. **Standard**, 387: 10-13. |
| **11** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1993. Hazır dış giyim ve tüketici davranışları. **Tekstil ve Mühendis**, 7 (38): 78-86. |
| **12** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1989. Özel tüketici grupları. **Verimlilik**, 18 (2): 21-30. |
| **13** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1989. Tüketici olarak aile. **Ekonomide Ankara**, 26: 20-21. |
| **14** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1988. Tüketici ve reklamlar. **Karınca**, 54 (623): 8-10. |
| **15** | GÖNEN, E. KALINKARA, V. ve **ÖZGEN, Ö.** 1987. Konut mutfaklarında çalışma ortamının iyileştirilmesine ergonomik yaklaşım. **Verimlilik**, 16 (3): 105-121. |
| **16** | **ÖZGEN, Ö.** 1986. Tüketiciler ve tüketicilerin satın almalarını etkileyen faktörler. **Karınca**, 52 (589): 27-29. |

# INTERNATIONAL CONFERENCE PRESENTATIONS

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | GÜNGÖR, İ, KARABACAK, Z.İ, **ÖZGEN, Ö.** (2021). Pandemi Süresince Risk İletişimi Açısından Sanal Influencer Kullanımı: Dünya Sağlık Örgütü Örneği, **8th International Communication Days: Crisis Communication in the Digital Age**, 26-27-28 May. (Virtual Attendance) |
| 2 | ŞÜKÜROĞLU, V.K, **ÖZGEN, Ö.** (2021). COVID-19 Pandemi Sürecinde Uzaktan Eğitimde Erişim ve İletişim Sorunları: Kastamonu Örneği, **8th International Communication Days: Crisis Communication in the Digital Age**, 26-27-28 May. (Virtual Attendance) |
| 3 | SEYİDOV, I., **ÖZGEN, Ö**. (2020). Visualizing the Effect of Migration on Children: The Case of World Photo Special Exhibition, **World Children Congress** 23-25 October, Ankara, Turkey |
| 4 | **ÖZGEN**, Ö., SÖYLEMEZOĞLU,F., ERDOĞAN, Z, ARCAK, S. (2020). From Past to Present Henna Ritual Clothing in Anatolia: An Evaluation of Bindallı, **The Textile Society of America 17th Biennial Symposium: Hidden Stories Human Lives**, 15-17 October. (Virtual Attendance) |
| 5 | Seyidov, I. , **ÖZGEN, Ö**. (2020). Rethinking the Importance of Digital Citizenship Education: Concepts, Issues and Suggestions. **7th International Communication Days: Communication Education in Digital Age**, 21-23 October, Istanbul, Turkey |
| 6 | **ÖZGEN, Ö.** 2019.The Cultural Meanings of Coffee and Tea in Turkish People’s Daily Life. pp. 25-34. 74. International Scientific Activity of Society for Folk Culture Research, **International Scientific Conference Development of Turkish-Lithuanian Relations** 26-30 May 2019, Vilnius, Lithuania. International Scientific Conference Development of Turkish-Lithuanian Relations Proceedings Book, Ed: Deniz Ünver, pp. 25-34. |
| 7 | ELMASOĞLU, K. **ÖZGEN, Ö.** 2019. Dijital Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet: 8 Mart Dünya Kadınl**ar** Günü Temasına İlişkin Bir İnceleme. **6th International Communication Days Digital Transformation** **Symposium,** 02-03 May 2019, İstanbul, Turkey. pp.218-235.  |
| 8 | **ÖZGEN, Ö.** ve EŞİYOK, E. 2018. Tea Culture in Turkey and Use of Cultural /Cross Cultural Codes in ‘Tea’ Advertisement Films. **5th International Conference on Arts and Humanities,** 27-28 September, Colombo, Sri Lanka |
| 9 | Söylemezoğlu, F, Erdoğan, Z, **ÖZGEN, Ö.** 2018. Traditional Cotton Weavings in Turkish Cultural Heritage. **5th International Conference on Arts and Humanities,** 27-28 September, Colombo, Sri Lanka. |
| 10 | ÖZGEN, Ö. 2017. Local Food Production and Cultural Heritage: An Evaluation on Nostalgic Consumption, **International Turkic World Symposium**, 29 September-03 October 2017, Uppsala, Sweden, pp.88-93.  |
| **11** | YANAR, A., SÖYLEMEZOĞLU, F. ,ERDOĞAN, Z. and **ÖZGEN, Ö**. 2016. Some Weavings used in the context of Intangible Cultural Heritage. **Textile Society of America, 15th Biennial Symposium**, October 19-23 2016, Savannah, USA. |
| **12** | **ÖZGEN, Ö**. and Turancı, E., 2016. **Gelenekselden moderne ağaç sembolizmi: Kültürel bir unsur olarak ağacın popüler kültür açısından analizi. Internatıonal Symposium on the Culture and Communication in Anatolia**, June 15-17, Ankara, Turkey. Atılım Üniversitesi |
| **13** | **ÖZGEN, Ö**. and EMİROĞLU, H., 2015. Avrupa Birliği ve Türkiye’de tüketici vatandaşlık. **Romanya’da Türk Kültürünün İzleri Sempozyumu ve Karma Türk Sanatları Sergis**i, 10-14 Haziran, Bükreş, Romanya. , Halk Kültürü Araştırmaları Kurumu Yayını: 56:77-82 |
| **14** | **ÖZGEN, Ö**. and EMİROĞLU, H., 2014. Role of the media in consumer protection: the Netherlands and Turkey example. **International Turkey– Netherlands Relation Symposium and Mixed Turkish Arts Exhibition**, June 24-25, Amsterdam, Netherlands. Halk Kültürü Araştırmaları Kurumu Yayını: 53:73-79 |
| **15** | **ÖZGEN, Ö.** ve EMİROĞLU, H., 2013. Turist tüketicilerin korunması açısından Avrupa Birliği, Macaristan ve Türkiye’deki uygulamaların incelenmesi. **Uluslararası Halk Kültürü Araştırmaları Kurumu, Türk – Macar İlişkileri Sempozyumu ve Sergisi**, 20- 24 Haziran, Budapeşte, Macaristan. Halk Kültürü Araştırmaları Kurumu Yayını: 51, 40-47. |
| **16** | EMİROĞLU, H., ve **ÖZGEN, Ö.,** 2012. Belçika ve Türkiye’de tüketici politikaları. **Uluslararası Halk Kültürü Araştırmaları Kurumu, Uluslararası Türkiye – Belçika İlişkileri Sempozyumu ve Karma Türk Sanatları Sergisi**, 03-07 Haziran, Yunus Emre Kültür Merkezi, Brüksel, Belçika. Halk Kültürü Araştırmaları Kurumu Yayını: 46, 31-39. |
| **17** | **ÖZGEN, Ö.**, SÖYLEMEZOĞLU, F., ERDOĞAN, Z., and ÇAKIROĞLU, F.P. 2011. A sample of sustainable life style: Seferihisar, first cittaslow city of Turkey. **5th International Consumer Sciences Research Conference**, July 18–20, University of Bonn, Bonn, Germany. |
| **18** | **ÖZGEN, Ö.,** SÖYLEMEZOĞLU, F., ERDOĞAN, Z., and BAYOĞLU, A.S. 2010. Adolescents, clothing and self-esteem: The case of Turkey. **International Conference of Applied Research in Textile/CIRAT-4,** Tunisian Assossacion of Textile Researchers, December 02–05, Monastir, Tunisia. |
| **19** | HAKLI, G., ÇAKIROĞLU, F. P., **ÖZGEN, Ö.** 2010. Consumer Views about milk and dairy products marketing mix: A sample of Turkey. **5th Central European Congress on Food,** VUP Food Research Institute, May 19-22, Bratislava, Slovac Republic. |
| **20** | AKSOY, F. and **ÖZGEN, Ö**. 2007. The determination of need being informed of high school teachers towards genetically modified foods: A sample of Adana. **Second Annual YOK-SUNNY Colloboration Symposium**. Scientific colloboration for sustainable development. Çukurova University, 23-25,May, Adana, Turkey |
| **21** | PURUTÇUOĞLU,E., **ÖZGEN, Ö.** and BAYRAKTAR, M., 2007. Investigating the relationship between individual values of consumers and their internet usage. **3rd International Consumer Sciences Research Conference**, June 27–29, Ulster, Northern Ireland. |
| **22** | **ÖZGEN, Ö**., ERDOĞAN, Z., SÖYLEMEZOĞLU, F., DEMİRCİ, A., TAŞ, A. S. 2007. Turkısh Hand-Made Carpets And Preferences Of Domestıc/Foreign Consumers. **3rd International Conference on Tourism,** 5-6 July 2007, Athens, Greece. |
| **23** | **ÖZGEN, Ö.**, GÜNGÖR, N., EMİROĞLU, H. and TAŞ, A. S. 2007. College Students’ Opinions about Consumer Education and Information Sources towards Biotechnological Applications and Products. **5th International Conference on Communication and Mass Media**, May 21-22, 2007, Athens, Greece. College Students’ Opinions about Consumer Education and Information Sources towards Biotechnological Applications and Products, **International Dimensions of Mass Media Research**, (Edited by Yorgo Pasadeos), ATINER Publication, 631-642, Greece. |
| **24** | **ÖZGEN, Ö**., EMİROĞLU, H., DEMİRCİ, A., HASPOLAT, I. 2007. Labelling Biotechnological Foods and Consumer Protection. **5th International Conference on Communication and Mass Media**, May 21-22, 2007, Athens, Greece. Labelling Biotechnological Foods and Consumer Protection, **International Dimensions of Mass Media Research**, (Edited by Yorgo Pasadeos), ATINER Publication, 617-630, Greece. |
| **25** | ERDOĞAN, Z. and **ÖZGEN, Ö**. 2006. Sustainability of Hand-Woven Carpets in Turkey: Problems and Solution Proposals in Relation to Standards and Market Issues. **Textile Society of America, 10th Biennial Symposium**, October 11-14 2006, Toronto, Canada. |
| **26** | SÖYLEMEZOĞLU, F., TAŞ, A.S., DİNÇER, T. and **ÖZGEN, Ö.** 2006. The determination of relationships between self-esteem and school uniform attitudes of Turkish adolescents. **10th EARA Conference**, 2-6 May 2006, Antalya, Turkey**.** |
| **27** | ÖZDEMİR, O., ÖZKAN, Y. and **ÖZGEN, Ö.** 2006. Biotechnological FoodsSustainable Development: Sustainable Consumption Education. **8 th International Conference on Education,** May 25-28 2006, Athens, Greece. Biotechnological Foods-Sustainable Development: Sustainable Consumption Education**, Research on Education**, (Edited by Marina-Stefania Giannakaki, Gregory T. Papanikos, Yiannis Pozios & John Kelvyn Richards), ATINER Publication, 303- 314, Greece. |
| **28** | **ÖZGEN, Ö.,** DEMİRCİ, A. and TAŞ, A.S. 2006. Media, Materialism and Socialization of Child Consumers. **8 th International Conference on Education**, May 25-28 2006, Athens, Greece. Media, Materialism and Socialization of Child Consumers, **Research on Education,** (Edited by Marina-Stefania Giannakaki, Gregory T. Papanikos, Yiannis Pozios & John Kelvyn Richards), ATINER Publication, 315- 322, Greece. |
| **29** | **ÖZGEN, Ö**. and YILDIZ, M. 2005. Consumers and GM foods: The case of Turkey. **12th European Congress on Biotechnology**, August 21-24 2005, Copenhagen, Denmark. Journal of Biotechnology, 118: 160**.** |
| **30** | **ÖZGEN, Ö**., EMİROĞLU, H., YILDIZ, M. and TAS, A.S. 2005. Benefit-risk perceptions and moral beliefs of Turkish consumers towards transgenic products. **12th European Congress on Biotechnology,** August 21-24 2005, Copenhagen, Denmark. Journal of Biotechnology, 118: 160. |
| **31** | ERDOĞAN, Z. and **ÖZGEN, Ö**. 2005. Buldan’s home textiles produced by home-based family entrepreneurs. **2nd International Research Conference, Institute of Consumer Sciences,** Liverpool John Moores University, 4-6 July 2005, Liverpool, United Kingdom. |
| **32** | **ÖZGEN, Ö**., SÖYLEMEZOĞLU, F. and TAŞ, A.S. 2005. Clothing, fahion andself-esteem of Turkish adolescents. **2nd International Research****Conference, Institute of Consumer Sciences**, Liverpool John MooresUniversity, 4-6 July 2005, Liverpool, United Kingdom. |

# NATIONAL CONFERENCE PRESENTATIONS

|  |  |
| --- | --- |
| **1** | AKAR, B. ve **ÖZGEN, Ö.** 2009. Teknolojik vatandaşlık ve insan genetiğinin ticarileşmesi ile ilgili risk algıları. 11. **Sosyal Bilimler Kongresi,** Türk Sosyal Bilimler Derneği, 9-11 Aralık, Ankara. |
| **2** | TAŞ, A.S. ve **ÖZGEN, Ö.** 2007. Tüketicilerin biyoteknolojide kullanılan organizmanın tipine yönelik tutumları ile etik sorumlulukları arasındaki ilişkinin incelenmesi. **6. Ankara Biyoteknoloji Günleri**: Biyoteknoloji, Biyogüvenlik ve Sosyo-ekonomik Yaklaşımlar, 15-17 Kasım, Ankara, 223-236 |
| **3** | AKMAN, S. B. ve **ÖZGEN, Ö.** 2007. Avrupa Birliği ve Türkiye’de Biyoteknolojik uygulama ve ürünlere yönelik tüketici politikaları. **6. Ankara Biyoteknoloji Günleri**: Biyoteknoloji, Biyogüvenlik ve Sosyo-ekonomik Yaklaşımlar, 15-17 Kasım, Ankara, 200-222 |
| **4** | AKSOY, F. ve **ÖZGEN, Ö.** 2007. Tüketicilerin genetik olarak değiştirilmiş gıdalara ilişkin bilgi ve görüşleri: Adana örneği. **6. Ankara Biyoteknoloji Günleri**: Biyoteknoloji, Biyogüvenlik ve Sosyo-ekonomik Yaklaşımlar, 15-17 Kasım, Ankara, 187-200 |
| **5** | GÖNEN, E. **ÖZGEN, Ö.** ÖZMETE, E. ve BAYOĞLU, A.S. 2003. Sağlık sektöründe çalışan kurum ev idaresi personelinin iş doyumunda üniformanın etkisi. **9. Ergonomi Kongresi,** 16-18 Ekim, Pamukkale Üniversitesi Kongre Merkezi, Kınıklı Kampüsü, Denizli, 87-96 |
| **6** | **ÖZGEN, Ö.** 2000. Reklamlar ve çocuk tüketicilerin istismarı. **I. İstanbul Çocuk Kurultayı Araşıtırmalar Kitabı,** Ed. S.U. Sayıta ve M. R. Şirin, İstanbul Çocukları Vakfı Yay. 4, İstanbul, 245-254 |
| **7** | **ÖZGEN, Ö.** ve UFUK, H. 2000. Kırsal kesimde kadın eğitimi. **Türkiye Ziraat Mühendisliği V. Teknik Kongresi,** 17-21 Ocak, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Yay. Ankara, 1063-1078 |
| **8** | **ÖZGEN, Ö.** ve UFUK, H. 1999. Yerli ve yabancı turistlerin tüketim davranışları: Kapadokya örneği. **IV. Ulusal Pazarlama Kongresi**, 18-20 Kasım, Antakya, Hatay, 312-320 |
| **9** | KALINKARA, V. ve **ÖZGEN, Ö.** 1999. Ev ekipmanlarının kullanımında tasarımdan kayanaklanan güçlükler: Tüketim ergonomisi. **VII Ulusal Ergonomi Kongresi**, 14-16 Ekim, Adana, 190-199 |
| **10** | KALINKARA, V. **ÖZGEN, Ö.** ve GÖRGÜN BARAN, A. 1998. Üniversiteler ve gönüllü kuruluşların yaşlıların yaşam kalitesini iyileştirmeye yönelik çalışmaları. **III. Yaşlılık Kurultayı**, 5-7 Ekim, 1998, Ankara |
| **11** | **ÖZGEN, Ö.** ve BABEKOĞLU, Y. 1998. Yaşlı, aile ve toplum: Değişen roller. **Yaşlılıkta Aile Etkileşimi Sempozyumu**, 27 Mart, İzmir |
| **12** | GÖNEN, E. **ÖZGEN, Ö.** ve UFUK, H. 1998. Tüketim ergonomisi açısından oyuncaklar, oyun alanları ve eğlence parkları. **VI. Ergonomi Kongresi**, 27-29 Mayıs, Ankara, Milli Prodüktivite Merkezi Yay: 622, Ankara, 287-299 |
| **13** | **ÖZGEN, Ö.** ve UFUK, H. 1998. Kadınların evde gerçekleştirdikleri girişimcilik faaliyetlerinin aile yaşamına etkisi. (Ed. O. ÇİTCİ), **20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı**, 19-21 Kasım, 1997, TODAİE Yay. No. 285, İnsan Hakları Araştırma ve Derleme Merkezi, Yay. No. 16, Ankara, 285-302 |
| **14** | **ÖZGEN, Ö.** 1997. Yaşlılar ve teknolojik değişim. **Yaşlılık ve Kentsel Yaşam Sempozyumu**, (Ed. V. Kalınkara ve A.F. Ersoy), 27 Mart, İzmir, Yaşlıları Koruma Derneği, Konak Belediyesi Yay. Ankara, s. 42-48 |
| **15** | **ÖZGEN, Ö.** ve KOSTAK, H. 1996. Yaşlılara yönelik pazar ve tüketici tatmini. **Yaşlılık ve Yaşam Kalitesi Sempozyumu**, 20 Mart, Ankara, Yaşlıları Koruma Derneği Yay. Ankara, 42-51 |
| **16** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1995. Çevre, yaşam kalitesi ve ergonomi. **V. Ergonomi Kongresi**, 15-17 Kasım, İstanbul, Milli Prodüktivite Merkezi Yay: 570, Ankara, 280-289 |
| **17** | **ÖZGEN, Ö.**, 1995. Çocuk tüketicilerin sosyalizasyonu. **10. YA-PA Okul Öncesi Eğitimi** **ve Yaygınlaştırılması Semineri**, 22-25 Mayıs, Ankara, YA-PA Yayın Pazarlama, İstanbul, 353-362. |
| **18** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1993. Hazır giyimde yeni bir boyut: Marka tutkusu. **1. Türkiye Hazırgiyim ve Konfeksiyon Kongresi**, 1-2 Aralık, İstanbul, Bildiri Derlemeleri, 255-261 |
| **19** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1993. Çocuk tüketicilerin güvenliği sistemine ergonomik bir yaklaşım. **IV. Ulusal Ergonomi Kongresi**, 20-22 Ekim, İzmir, Milli Prodüktivite Merkezi Yay. 509, İzmir 6-21 |
| **20** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1993. Kurumlarda ev idaresi hizmetlerini yürüten personelin çalışma koşullarının ergonomik açıdan incelenmesi. **IV. Ergonomi Kongresi**, 20-22 Ekim, İzmir, 204-219 |
| **21** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1991. Tüketici sorunları. **Tüketicilerle Elele Sempozyumu**, 15 Mart, İstanbul, Kadın Dernekleri Federasyonu Dergisi, 15 (2): 19-24 |
| **22** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1991. Edremit körfezinde ev pansiyonculuğu. **II. Ulusal Turizm Kongresi**, 21-23 Kasım, Kuşadası, Belediye Yay. 4, Kuşadası, 155-165 |
| **23** | GÖNEN, E. BAYRAKTAR, M. ve **ÖZGEN, Ö.** 1991. Hazır giyim tüketiminde antropometri. **III. Ulusal Ergonomi Kongresi**, 22-24 Mayıs, Ankara, Milli Prodüktivite Merkezi Yay. 441, Ankara, 118-131 |
| **24** | GÖNEN, E. KALINKARA, V. ve **ÖZGEN, Ö.** 1989. Mutfak çalışma merkezlerinde optimum iş yüksekliği ve antropometrik ölçüm ilişkisi üzerinde bir araştırma. **II. Ulusal Ergonomi Kongresi**, 23-26 Mayıs, Adana, Milli Prodüktivite Merkezi Yay: 379, Ankara, 312-323 |
| **25** | GÖNEN, E. **ÖZGEN, Ö.** ve KALINKARA, V. 1988. Ekosistem açısından ailede enerji tasarrufu ve bazı tasarruf önerileri. **Konutlarda Enerji Tasarrufu Semineri**, 1-2 Aralık, Ankara, 18 s |

**BOOKS**

|  |  |
| --- | --- |
| **1** | **ÖZGEN, Ö.** EMİROĞLU, H YILDIZ, M. TAŞ, A.S.ve PURUTÇUOĞLU, E. 2007. Tüketiciler ve Modern Biyoteknoloji: Model Yaklaşımlar. **Biyoteknoloji Enstitüsü Yayınları** No: 1, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 254 s. |
| **2** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 2001. Aile ekonomisi. **A.Ü. Ziraat Fakültesi Yay**: 1517, Ders Kitabı: 470, A.Ü. Basımevi, Ankara. |
| **3** | UFUK, H. ve **ÖZGEN, Ö** 2000. Kadın girişimcilerin sosyo-kültürel ve ekonomik profili: Ankara örneği. T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, **KOSGEB Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi** **Başkanlığı Yay.** Mavi Ofset, Ankara, 118 s. |
| **4** | **ÖZGEN, Ö** 1995. Farklı sosyo-ekonomik düzeydeki ailelerin tatil kararı verme süreci. **Turizm Bakanlığı Yay**. 1995/1, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı, Ankara, 76 s. |
| **5** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1993. İnsan kapitaline yatırım. **A.Ü. Ziraat Fakültesi Yay**. 1304, Derlemeler: 57, A.Ü. Ziraat Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Yayın Ünitesi, Ankara. |
| **6** | **ÖZGEN, Ö.** ve GÖNEN, E. 1992. Ev pansiyonculuğunun sosyo-kültürel ve ekonomik profili. **A.Ü. Ziraat Fakültesi Yay**. 1271, Bilimsel Araştırma ve İncelemeler: 704, A.Ü. Ziraat Fakültesi, Baskı-Ofset Ünitesi, Ankara, 118 s. |
| **7** | **ÖZGEN, Ö.** ve GÖNEN, E. 1992. İlkokul çağındaki çocukların tüketim davranışları üzerinde bir araştırma. **A.Ü.Ziraat Fakültesi Yay.** 1270, Bilimsel Araştırma ve İncelemeler: 703, A.Ü. Ziraat Fakültesi, Baskı-Ofset Ünitesi, Ankara, 113 s. |
| **8** | GÖNEN, E. KALINKARA, V. ve **ÖZGEN, Ö.** 1990. Mutfak çalışma merkezlerinde optimum iş yüksekliği ve antropometrik ölçüm ilişkisi üzerinde bir araştırma. **Milli Prodüktivite Merkezi Yay.** 408, Şanal Matbaası, Ankara, 94 s. |
| **9** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1988. Turistlerin tüketim faaliyetleri. **A.Ü. Ziraat Fakültesi Yay**. 1043, Derlemeler: 557, A.Ü. Ziraat Fakültesi, Baskı-Ofset Ünitesi, Ankara |
| **10** | GÖNEN, E. ve **ÖZGEN, Ö.** 1988. Ekosistem yaklaşımında ailede verilen kararların önemi. **A.Ü. Ziraat Fakültesi Yay**. 1044, Derlemeler: 558, A.Ü. Ziraat Fakültesi, Baskı-Ofset Ünitesi, Ankara |

**BOOK CHAPTERS**

|  |  |
| --- | --- |
| **1** | **ÖZGEN, Ö.,** ŞÜKÜROĞLU, V.K and AKAR, B.2020. Political Consumerism and Social Networking Usage: A Case Study, in Handbook of Research on New Media Applications in Public Relations and Advertising, A volume in the Advances in Multimedia and Interactive Technologies (AMIT) Book Series (ed: E. Eşiyok), IGI Global, PA, USA, pp:355-380. |
| **2** | KARABACAK, Z.İand **ÖZGEN, Ö.** 2020**.** Gender Representation in New Media Through Global Calendar Photographs, in Handbook of Research on New Media Applications in Public Relations and Advertising, A volume in the Advances in Multimedia and Interactive Technologies (AMIT) Book Series (ed: E. Eşiyok), IGI Global, PA, USA, pp: 433-451. |
| **3** | **ÖZGEN, Ö.** and ELMASOĞLU, K. 2019. A Film Analysis Related to Globalization and Capitalist Consumer Culture and its Reflections on Advertising Industry, , inHandbook of Research on Consumption, Media, and Popular Culture in the Global Age, A Volume in the Advances in Media, Entertainment, and the Arts (AMEA) Book Series (ed: **Ö.Özgen**), IGI Global, PA, USA, pp:212-229. |
| **4** | **ÖZGEN, Ö.** and TÜRKOĞLU, E. 2019.Poular Culture And Communication Ethics: An Assessment on Umberto Eco’s Numero Zero, inHandbook of Research on Consumption, Media, and Popular Culture in the Global Age, A Volume in the Advances in Media, Entertainment, and the Arts (AMEA) Book Series (ed: **Ö.Özgen**), IGI Global, PA, USA, pp: 36-56. |
| **5** | **ÖZGEN, Ö.** 2008. Tüketici hakları ve basın. **Bilimin Işığında Medya Seminerleri.** Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi 40.Yıl Kitaplığı:21, Fersa Ofset, 297-317, Ankara. |
| **6** | VURAL, T. ve ÇİVİTÇİ, Ş. 2004. Yaşlı tüketiciler ve giyim. **Yaşlılık, Disiplinlerarası Yaklaşım, Sorunlar, Çözümler,** Ed. V. Kalınkara, Odak Yayın ve Dağıtım, Ankara, 187-217. |
| **7** | ESER, D. ve **ÖZGEN, Ö.** 1993. Kadın-aile ve çevre etkileşimi, **Kadın, Aile ve Çevre**, **Ed**. D. Eser ve **Ö.Özgen**, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 21-25. |
| **8** | **ÖZGEN, Ö.** 1993. Ekolojist tüketiciler ve çevre korunması. **Kadın, Aile ve Çevre**, **Ed**. D. Eser ve **Ö Ö.Özgen**, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 33-38. |

**INTERNATIONAL BOOK EDITORSHIP**

|  |  |
| --- | --- |
| **1** | **ÖZGEN, Ö.** (2019). Handbook of Research on Consumption, Media, and Popular Culture in the Global Age. IGI Global. A Volume in the Advances in Media, Entertainment, and the Arts (AMEA) Book Series, PA, USA. |

**CITATIONS**

|  |  |
| --- | --- |
| Sum of times cited without self-citations (ISI Web of Science):  | 59 |
| H-index (ISI Web of Science):  | 12 |

**PROJECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Owner of the ProjectEv pansiyonculuğunun sosyo-kültürel ve ekonomik profili. 1990-1992, Destekleyen Kuruluş: Milli Prodüktivite Merkezi, Ankara. |
| 2 | Owner of the Project Tüketiciler ve modern biyoteknoloji: Genetiği değiştirilmiş ürünlerin kabulüne ve tüketicinin korunmasına model yaklaşımlar. 2004-2006, Destekleyen Kuruluş: Ankara Üniversitesi Biyoteknoloji Enstitüsü, Ankara. |
| 3 | Researcher GAP Bölgesi’nde Sulu Tarıma Geçişte Ailelerin Kaynak Yönetimi Eğitim Projesi. 1995 – 1997, Destekleyen Kuruluşlar: TEMAV, Tarımsal Enerji ve Mekanizasyon Araştırma ve Eğitim Vakfı, Ankara, Başbakanlık GAP İdaresi, Ankara. |
| 4 | Consultant Kadın girişimcilerin sosyo-kültürel ve ekonomik profili (Ankara örneği), 1995- 1997. Destekleyen Kuruluş: Milli Prodüktivite Merkezi, Ankara. |

**COURSES GIVEN**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Media Studies |
| **2** | Public Relations and Advertising Practices |
| **3** | Consumer Behavior |
| **4** | Consumption Culture |
| **5** | Consumption Culture and Advertising |
| **6** | Ethics in PR and Advertising |
| **7** | Seminar in PR and Advertising |
| **8** | Popular Culture and Media |
| **9** | The European Union and Consumer Policy in Turkey (Postgraduate) |
| **10** | Special Consumer Groups (Postgraduate) |
| **11** | Marketing and Consumer Ethics (Postgraduate) |
| **12** | Ethical Issues in Public Relations and Advertising (Postgraduate) |
| **13** | Biotechnology and Consumer (Postgraduate) |
| **14** | Field Research and Methodology in Socio-Economic Development and Biotechnology (Postgraduate) |

**THESES SUPERVISED**

|  |  |
| --- | --- |
| **1** | Master Thesis. ÖMEROĞLU, A. 2021. Üniversite Öğrencilerinin Instagram’da İdeal Benlik Arayışı ve Tüketim İlişkisi. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Ankara. |
| **2** | Master Thesis. KAMAOĞLU, Ö. 2020. Pozitif Ayrımcılığa Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Etkinlikleri: Ankara Üniversitesi Bülteni Üzerinden Bir İnceleme. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Ankara. |
| **1** | PhD Thesis. MÜFTÜOĞLU, S. 2019. Tüketicilerin Reklamlara Yönelik Güvenleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansütü Eğitim Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Doktora Tezi), Ankara. |
| **2** | Master Thesis. ÇAKI, G. 2019. Göçmen Ayrımcılığını Konu Alan Halkla İlişkiler Kampanyalarındaki Görsellerin Göstergebilimsel Analizi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Ankara. |
| **3** | Master Thesis. YURTOĞLU, N. A. 2019. Gerçeklik, Sanallık ve Sosyal Medya: Baudrillard Üzerinden Bir İnceleme. Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Ankara. |
| **4** | Master Thesis. AKKÜÇ, A. 2019. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinde Sosyal Medya Kullanımı: Boyner Büyük Mağazacılık Örneği, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Ankara. |
| **5** | Master Thesis. TÜRKOĞLU, E. 2018. Tüketicilerin reklamlara yönelik tutumları ve satın alma motivasyonları arasındaki ilişkinin incelenmesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansütü Eğitim Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **6** | Master Thesis. COŞKUN, H. 2018. Kriz iletişim yönetimi: Fenerbahçe Spor Kulübü “şike ve teşvik suçlaması” örnek olay incelemesi Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Ankara. |
| **7** | Master Thesis. DOĞAN, M. 2017. Tüketim toplumunda Retro markalama ve tüketici davranışları: Volkswagen the New Beetle Örneği. G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **8** | PhD. Thesis. ŞÜKÜROĞLU, V. K. 2017. Tüketim Kültüründe Tüketici Vatandaşlık: Sosyal ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk. G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Doktora Tezi), Ankara. |
| **9** | PhD. Thesis. EŞİYOK SÖNMEZ, E., 2015. Beden İmajı Algısı ve Medya: Kültürlerarası bir Araştırma. G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Doktora Tezi), Ankara. |
| **10** | Master Thesis. ÖZUTKU, F. 2014. Dijital eşitsizliğin aşılmasında siyasal liderlerin rolü, G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **11** | Master Thesis. DEMİRTAŞ, H. S. 2014. Çocukların tüketici olarak sosyalizasyonunda internetin rolü: Gıda sektörü web siteleri üzerine bir çözümleme, G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **12** | PhD. Thesis. KARABACAK, Z., 2013. İ. Popüler kültür ve toplumsal cinsiyet açısından Lavazza takvim fotoğraflarının çözümlenmesi, , G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Doktora Tezi), Ankara. |
| **13** | PhD. Thesis. AKSOY, F. 2012. Lise öğrencilerine yönelik model bir modern biyoteknoloji-tüketici eğitimi programının geliştirilmesi ve uygulanması, A.Ü. Biyoteknoloji Enstitüsü, Disiplinlerarası Biyoteknoloji Anabilim Dalı, SosyoEkonomik Gelişme ve Biyoteknoloji (Doktora Tezi), Ankara. |
| **14** | PhD. Thesis. HASPOLAT, I. 2011. Tüketicilerin genetik yapısı değiştirilmiş gıdalara yönelik değerleri, tutumları ve satın alma niyetleri: Kültürlerarası bir karşılaştırma, A.Ü. Biyoteknoloji Enstitüsü, Disiplinlerarası Biyoteknoloji Anabilim Dalı, Sosyo-Ekonomik Gelişme ve Biyoteknoloji (Doktora Tezi), Ankara. |
| **15** | PhD. Thesis. ÇEVİK, B., S. 2011. “Politik Psikoloji Bağlamında Ermeni Kimliğinin Siyasallaştırılması (Haytoug Dergisi Örneği)” “G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Doktora Tezi), Ankara. |
| **16** | PhD. Thesis. AYDIN, E. 2011. Yerel seçimlerde seçmenlerin oy verme kararlarında etkili olan parti ve aday imajına yönelik görüşlerinin incelenmesi: Ankara örneği, G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Doktora Tezi), Ankara |
| **17** | Master Thesis. ŞENER,I., 2011. Genç tüketicilerin cep telefonu kullanımına yönelik ihtiyaç ve motivasyonlarının incelenmesi, G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **18** | Master Thesis. DEMİREL, F., G. 2010. Türkiye’de ilan ve reklam politikaları (1950-1960), G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **19** | Master Thesis. AKAR, B., 2010. Tıp fakültesi öğrencilerinin insan genetiği uygulamalarına yönelik risk algıları ve etik inançları arasındaki ilişkinin incelenmesi, A.Ü. Biyoteknoloji Enstitüsü, Disiplinlerarası Biyoteknoloji Anabilim Dalı, Sosyo-Ekonomik Gelişme ve Biyoteknoloji (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **20** | PhD. Thesis. TAŞ, A.S. 2007. Tüketicilerin biyoteknolojik uygulama ve ürünlere yönelik tutumları üzerinde etkili olan faktörlerin incelenmesi. A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Anabilim Dalı (Doktora Tezi), Ankara |
| **21** | Master Thesis. AŞÇI, E., 2006. Televizyondaki Çizgi ve Animasyon Karakterlerin Farklı Yerleşim Yerlerinde Yaşayan Çocukların Tüketici Davranışlarına Etkisinin İncelenmesi. A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Anabilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **22** | Master Thesis. AKSOY, F., 2006. Lise Öğretmenlerinin Genetiği Değiştirilmiş Gıdalara İlişkin Bilgi Düzeyleri, Görüşleri ve Bilgilendirilme İhtiyaçlarının Belirlenmesi: Adana Örneği. A.Ü. Biyoteknoloji Enstitüsü, Disiplinlerarası Biyoteknoloji Anabilim Dalı, Sosyo-Ekonomik Gelişme ve Biyoteknoloji (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **23** | Master Thesis. AKMAN, S.B. 2006. Avrupa Birliği’nin Biyoteknolojik Ürün ve Uygulamalara Yönelik Tüketici Politikası ve Türkiye’nin Uyumu. A.Ü. Biyoteknoloji Enstitüsü, Disiplinlerarası Biyoteknoloji Anabilim Dalı, SosyoEkonomik Gelişme ve Biyoteknoloji (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **24** | PhD. Thesis. UFUK, H., 2004. Tüketici davranışlarının etik boyutu ile bireysel değişkenler ve yaşam tatmini arasındaki ilişkinin incelenmesi: Ankara örneği. A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Anabilim Dalı, (Doktora Tezi), Ankara. |
| **25** | Master Thesis. AZMAN, O., 2000. Ailelerin paraya yönelik tutumları ve ekonomik refahları arasındaki ilişkinin incelenmesi. A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Anabilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |
| **26** | Master Thesis. UFUK, H., 1997. Kadın girişimcilerin sosyo-kültürel ve ekonomik profili (Ankara örneği). A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Anabilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara. |