

CV

1. **NAME-SURNAME / TITLE:** Assoc. Prof. Ayça Can Kırgız

2. **EMAIL ADDRESS:** ayca.kirgiz@kent.edu.tr

3. **PHONE NUMBER:** +90 (212) 6101010

4. **AREA OF EXPERTISE:** Marketing, Brand Management

5. EDUCATION

Ph.D: Marmara University, Faculty of Economics And Administrative Sciences, Production Management and Marketing Department

M.A :Marmara University, Faculty Of Communication, Advertising and Promotion Department

6. PUBLICATIONS

Articles Published in International Peer-Reviewed Journals

BAŞKAYA ELİF PINAR, KIRGIZ AYÇA CAN (2021). The Role of Geographical Indications on City Branding. The University of Craiova Annals Journal - Economic Sciences Series, 2(48), 76-95. (Yayın No: 6912155)

ERİŞ CEYLAN, KIRGIZ AYÇA CAN (2020). The Effect of the 2018 Economic Crisis on Purchasing Behavior. European Journal of Business and Management Research (Yayın No: 6441263)

KIRGIZ AYÇA CAN (2015). The Key Role of Media Literacy in the Forming of Critical Health Literacy: The Case of Social Media in Turkey. Journal of Social and Administrative Sciences (Yayın No: 3433599)

KIRGIZ AYÇA CAN (2014). Integrated Marketing Communication Activities Implemented by Shopping Centers to Increase Preferability: A Case Study on Istanbul. The Journal of Academic Social Science Studies, (Yayın No: 3433596)

KIRGIZ AYÇA CAN (2014). An Example to The Use of Mystical Metaphor for Brand Identity in Turkey: The Evil Eye Bead. European Scientific Journal (Yayın No: 3433597)

KIRGIZ AYÇA CAN (2014). Consumer Disease Hedonism of the Modern Age and Gender Factor. Global Media Journal (Yayın No: 3433595)

KIRGIZ AYÇA CAN (2014). The Current Condition of The OTC Market in Turkey, and Solution Proposalsfor Debateson Its Direct Introduction to Consumer. International Journal of Economics, Commerce and Management (Yayın No: 3433593)

KIRGIZ AYÇA CAN (2014). Activism and The Creation of Sustainable Mission Brands: The Problematic Case of Turkey. European Scientific Journal (Yayın No: 3433598)

Articles Published in National Peer-Reviewed Journals:

MEMİŞOĞLU ONUR, KIRGIZ AYÇA CAN (2021). Lüks Otomotiv Sektöründe Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörler. Research Studies Anatolia Journal, 4(1), 1-32. (Kontrol No: 6924852)

KIRGIZ AYÇA CAN (2017). Impacts of Integrated Marketing Communication Strategies Applied for Geographical Indications on Purchasing Behavior. İşletme Bilimi Dergisi (JOBS), Doi: 10.22139/jobs.303277 (Kontrol No: 3480989)

ERDEM ŞAKİR, AYSUNA TÜRKYILMAZ CEYDA, KIRGIZ AYÇA CAN (2015). Online Anlık Satın Alma Davranışlarının Hazcı Alışveriş Motivasyonları ile Açıklanması: Hazır Giyim Ürünleri Üzerine Bir Araştırma. Beykoz Akademi Dergisi (Kontrol No: 3433606)

KIRGIZ AYÇA CAN (2015). Siyasi Kutuplaşmanın Marka İmaj ve İtibarına Etkisi: Türkiye'de Tüketicinin Yahudilikle İlişkilendirdiği Markalara Bakışı Üzerine Bir Eleştiri. TOJDAC (Kontrol No: 3465650)

KIRGIZ AYÇA CAN (2014). Türkiye Organik Gıda Sektörü: Organik Gıda Sertifikasyonlarının ve Etiketlemelerinin Türkiye Gıda Sektörü İşletmelerinin İtibarı Üzerindeki Etkisi. NKÜ Papers on Social Science (Kontrol No: 3433603)

KIRGIZ AYÇA CAN (2014). Alışveriş Merkezlerinin ve Süper Market Zincirlerinin Yerel Girişimcilere Etkisinin Değerlendirilmesi: Samsun Örneği. Öneri Dergisi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Ens. (Kontrol No: 3433601)

Chapters in National/International Books Written

Interdisciplinary Reflections of Digital Transformation (2020)., Türkmen, Editör: Doç. Dr. Ayça Can Kırgız, Prof. Dr. Banu Baybars Hawks, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 200, İngilizce (Ders Kitabı), (Yayın No: 6345971)

Current Researches in Humanities and Social Sciences, Bölüm adı:(The Examination of Customer Oriented Sales Promotion Activities in Terms of Demographic Features) (2020)., ÖZHAN MERVE, KIRGIZ AYÇA CAN, IVPE/Cetinje 2020, Editör:Hasan Babacan, Bülent Cerciş Tanrıtanır, Basım sayısı:1, ISBN:978-994946024-2, İngilizce (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6441245)

Pazarlama Yönetimi, Bölüm adı: Fiyatlandırma Stratejileri ve Programları Geliştirmek (2018), BETA, Editör: Prof. Dr. İbrahim Kırcova, Basım sayısı:1, Türkçe (Kitap Tercümesi), (Yayın No: 4387452)

Marketing For Hospitality and Tourism, Global Edirion / Philip Kotler J.T. Bowen J. C. Makens, s. Baloglu, Bölüm adı: Professional Sales: Case of Maçka (2017)., KIRGIZ AYÇA CAN, PEARSON, Basım sayısı:2, İngilizce (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3552642)

Ortaya Karışık Pazarlama Tarifleri, Bölüm adı:(Etnik Pazarlama: Adında Arap Geçen Bir Bahar) (2017)., KIRGIZ AYÇA CAN, BETA YAYINEVİ, Editör: Ayça Can Kırgız, Basım sayısı:1, Türkçe (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3435151)

Değişen İletişim Ortamında Etkileşimli Pazarlama, Bölüm adı:(Fırsatlar Ağı: Sosyal Medyada Marka İletişimi ve Viral Pazarlama (2009)., BARUH LEMİ, KIRGIZ AYÇA CAN, DOĞAN YAYINCILIK, Editör: Lemi Baruh-Müberra Yüksel, Basım sayısı:1, Türkçe (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3435152)

Written National/International Books:

PAZARLAMA ESTETİĞİ: Marka Şehir İstanbul (2017)., KIRGIZ AYÇA CAN, TÜRKMEN YAYINCILIK, Basım sayısı:1, ISBN:978-605-4749-88-1, Türkçe (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3465644)

GREEN MARKETING: A Case Study of the Sub-Industru in Turkey (2016)., KIRGIZ AYÇA CAN, PALGRAVE MACMILLAN, Basım sayısı:1, ISBN:978-1-137-53589-4, İngilizce (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3432156)

CITY BRANDING BASED ON MARKETING AESTHETICS (2012)., KIRGIZ AYÇA CAN, LAP Lambert Academic Publishing, Basım sayısı:1, ISBN:978-3-659-39173-6, İngilizce (Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3432151)

Editorship

Green Marketing in Emerging Markets- Strategic and Operational Perspectives (2021, July), Editor: Kırgız C. Ayça, Robert E. Hinson, Ogechi Adeola, Isaiah Adisa, Emmanuel Mogaji, ENGLAND: PALGRAVE MACMILLAN-SPRINGER NATURE.

Green Marketing in Emerging Economies, Volume II, Conceptual Issues and Empirical Evidence, (2021, November) Editor: Kırgız C. Ayça, Robert E. Hinson, Ogechi Adeola, Isaiah Adisa, Emmanuel Mogaji, ENGLAND: PALGRAVE MACMILLAN-SPRINGER NATURE.

Green Marketing in Emerging Economies, Volume III, Integrated Marketing Communication Studies, (2021, December) Editor: Kırgız C. Ayça, Robert E. Hinson, Ogechi Adeola, Isaiah Adisa, Emmanuel Mogaji, ENGLAND: PALGRAVE MACMILLAN-SPRINGER NATURE.

Interdisciplinary Reflections of Digital Transformation (2020) Kitap, Editör: Kırgız C. Ayca, Banu Baybars Hawks, Türkmen Yayınevi.

Ortaya Karışık Pazarlama Tarifleri II (2018) Kitap, Editör: Kırgız C. Ayça, BETA.

Ortaya Karışık Pazarlama Tarifleri I (2016) Kitap, Editör: Kırgız C. Ayça, BETA.

Papers Presented at National and International Scientific Meetings and Published in Proceedings Books:

KARAYEV BABAJAN, KIRGIZ AYÇA CAN (2020). Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Gösterişçi Tüketim Üzerine Etkisi: Rusya Pazarı. 3. Uluslararası Türk-Rus Dünyası Akademik Araştırmalar Kongresi (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)

KIRGIZ AYÇA CAN (2019). Lüks Otomobil Pazarındaki Tüketim Konjonktürü. 3. International Economics Research and Financial Markets Congress (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:5520172)

BAYBARS HAWKS BANU, KIRGIZ AYÇA CAN (2018). The Effect of Geographical Indications over Tourism Marketing: Case of Turkey. 31th IBIMA (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:4387499)

KIRGIZ AYÇA CAN (2014). Etnik ve Dini Kökene Bağlı Siyasi Kutuplaşmanın Marka İmaj ve İtibarına Etkisi (Impact of Political Polarization Based on Ethnicity and Religion on Brand Image and Reputation). 3rd International Reputation Management Conference (Özet Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3433621)

KIRGIZ AYÇA CAN, ERDEMİR AYŞE SİMİN (2013). Green Marketing in Turkey: A Critical Approach Towards Green Promotional Practices Executed by Turkish Brands. 6th International Academic Conference, Norway (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3433619)

KIRGIZ AYÇA CAN (2013). A Marketing Paradigm: Leading Organisations that Create Brand Identity in a Consciously and Well Designed Aesthetics-Focused Manner. International Conference on Social Science (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3433620)

KIRGIZ AYÇA CAN (2008). The Effect of Real and Fictional Characters Used in Brand Advertisements to the Brand Association. 6th International Symposium Communication in the Millennium, University of Texas at Austin (USA), Anadolu University, Istanbul University. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3433617)

YÜKSEL MÜBERRA, MERAL PINAR SEDEN, KIRGIZ AYÇA CAN (2007). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility An Inquiry of the Web Sites as a Litmus Test for Interactive New Media. 6. Knowledge Economy&Management International Congress (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3491490)

TOSUN NURHAN ZEYNEP, KIRGIZ AYÇA CAN (2007). Using of Corporate Reputation Management As a Strategic Weapon in Determining Purchase Decision. The 3rd International Strategic Management Conference, Beykent University (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3433614)

KIRGIZ AYÇA CAN (2007). The Advergames: Latest Weapon of Brands Towards Children. 4th International Children and Communications Congress & 4th International Children Films Festival and Congress, Istanbul University, Faculty of Labor Economics and Industry Relations. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3433616)

YÜKSEL MÜBERRA, KIRGIZ AYÇA CAN (2006). Advergaming: A New Genre or A New Trend in Internet Advergaming. New Media and Interactivity International Conference (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3491478)