

## ÖZGEÇMİŞ

- 1. Adı Soyadı** : Burcu Mucan
- 2. Doğum Tarihi** : 29 Ocak 1985
- 3. Unvanı** : Yrd.Doç.Dr.
- 4. Öğrenim Durumu**

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	İşletme	Dokuz Eylül Üniversitesi	2007
Y.Lisans	İşletme	Dokuz Eylül Üniversitesi	2009
Doktora	İşletme	Dokuz Eylül Üniversitesi	2014

### 5. Akademik Unvanlar

Yardımcı Doçent İşletme Dumlupınar Üniversitesi 2015

### 6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

#### 6.1 Yüksek Lisans Tezleri

#### 6.2 Doktora Tezleri

### 7. Yayınlar

#### 7.1 Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler

Özgüven, N. Ve Mucan, B. “The Relationship Between en Personality Traits and Social Media Use”, Journal of Social Behavior and Personality. 41(3): 517-528, 2013.

Özeltürkay, E.Y. Ve Mucan, B. “How Turkish Banks Benefit From Social Media: Analyzing Banks Formal Links”, International Journal on Strategic Innovative Marketing. Vol.01(2014): 120-129, 2014.

Mucan, B. Ve Uzar, C., “Managing Sustainability Risks and Opportunities in Finance and Marketing”, International Journal of Business and Management Studies. 6(1): 75-86, 2014.

Kayabaşı, A. Mucan, B., Tanyeri, M. “Analysis on Young Consumers’ Consumer Values and Their Attitudes Toward Foreign Firms”, Procedia, Social and Behavioral Sciences. 58 (2012): 1326-1335, 2012.

Kayabaşı, A. Ve Mucan, B. “An Empirical Study of Consumer Attitudes and Perceptions Toward Genetically Modified Foods (GMF)”, European Journal of Social Sciences. 25(1):52-65, 2011.

Yasa, E. Ve Mucan, B. “Tüketim ve Yaşlı Tüketiciler, Literatür Araştırması”, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 7(2) Aralık, 2010.

## **7.2 Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (Proceedings) basılan bildiriler**

Kayabaşı, A. Ve Mucan, B. “Consumers’ Perceptions of Corporate Social Responsibilities: Effects on Trust and Purchase Intention. 2nd International Social Business@Anadolu Conference, 10-13 June, Anadolu University, Eskişehir, Turkey, 2015.

Yasa, E. Ve Mucan, B. “Turkish Companies Value Creation through Social Media Tools: Analyzing of Fortune 100 Turkey”, 12 th International Conference of Marketing Trends. 17-19 January, Paris, France, 2013.

Özgüven, N. Ve Mucan, B., “Is a Purchase Intention for Smart Mobile Phones with Customer Equity Created Social Media?”, 12 th International Conference of Marketing Trends. 17-19 January, Paris, France, 2013.

Yasa, E. Ve Mucan, B., “Food Shopping Difficulties for Older Consumers: Perspective of Food Retailing Staff in Turkey”, *11<sup>th</sup> International Conference of Marketing Trends*, 19-21 January, Venice, Italy, 2012.

Mucan, B. Ve Yaşa, E. “Food Shopping Experience of Turkish Older People; Using The Critical Incident Technique (CIT)”, *10<sup>th</sup> International Conference of Marketing Trends*, 20-22 January, Paris, France, 2011.

## **7.3 Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler**

### **7.4 Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler**

### **7.5 Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler**

Mucan, B., Kayabaşı, A., Madran, C. “Yöneticilerde Sürdürülebilirlik Algısı ve Firma Uygulamalarına Yönelik Değerlendirme”, 20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, 523-528, 10-12 Haziran 2015,

Tek,Ö.B. Ve Mucan, B. “Tedarik Zinciri ve Lojistik’in Verimliliğini Arttıran Bir Proje: Lojistik Köyler”, *9.Ulusal İşletmecilik Kongresi*, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, 657-667, 6-8 Mayıs 2010.