

ÖZGEÇMİŞ

1. Adı Soyadı : BETÜL ÇAL
2. Doğum Tarihi : 1983
3. Unvanı : Dr. Öğretim Üyesi
4. Öğrenim Durumu :

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	İngiliz Dili ve Edebiyatı	Boğaziçi Üniversitesi	2006
Y. Lisans	İşletme	University of East Anglia, İngiltere	2008
Doktora	İşletme – Pazarlama ABD.	Karadeniz Teknik Üniversitesi	2016

5. Akademik Unvanlar

- Yardımcı Doçentlik Tarihi : 2016
- Doçentlik Tarihi :
- Profesörlük Tarihi :

6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

6.1. Yüksek Lisans Tezleri

6.2. Doktora Tezleri

7. Yayınlar

7.1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler (SCI & SSCI & ESCI & Arts and Humanities)

- Çal, B. ve Lambkin, M. (2017). Stock Exchange Brands as an Influence on Investor Behavior. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3): 391-410
- Çal, B. ve Lambkin, M. (2017). Brand equity of stock exchange as a mediator in financial Decisions. *Journal of Financial Services Marketing*, 22, 14-23.

7.2. Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

- Çal, B. (2018). Müşteri Değeri Yaratmak: Düşünme Tarzlarının Müşteri Deneyimi ile Etkileşimi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 115-135. DOI: 10.20491/isarder.2018.515
- Çal, B. ve Erdem, A. (2017). Genç Tüketicilerin Ürünün Yenilik Derecesi Algısının Algılanan Kalite Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 22. UPK Ahmet Hamdi İSLAMOĞLU Özel Sayısı, 197-208. DOI: 10.18092/ulikidince.357151

- Genç, K. Y. ve **Çal, B.** (2015). Environmentalism as a Stakeholder Issue and a Research for the Environmental Awareness of University Students. *International Journal of Business and Management*, 10(6), 113-133.
- **Çal, B.** (2014). Reconciliation of Expectancy-Valence and Expectation-Disconfirmation Paradigms in Investment Decisions: Case of Turkish Equity Investors. *International Journal of Business and Social Research*, 5(1), 15-32.
- **Çal, B.** ve Adams, R. (2014). The Effect of Hedonistic and Utilitarian Consumer Behavior on Brand Equity: Turkey - UK Comparison on Coca Cola. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 475-484. (10th International Strategic Management Conference'nde bildiri olarak sunulmuştur.)

7.3. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (Proceedings) basılan bildiriler

- **Çal, B.** (2018). Müşteri Tatmininin Müşteri Değeri Oluşumuna Etkisi. IV. International Academic Research Congress, Türkiye, Antalya, 30 Ekim-3 Kasım.
- **Çal, B.** (2018). *Tüketim Değerleri Teorisi Kapsamında Marka Performansı Algısı: Lüks Tüketim Örneği*. IV. International Academic Research Congress, Türkiye, Antalya, 30 Ekim-3 Kasım.
- **Çal, B.** ve Tanyer G. (2018). *Dijital Oyunların Öteki Yüzü: Örtük İdeolojiler*. International Congress on Turkish Geography Social Sciences Research, Türkiye, Antalya, 20-22 Nisan.
- **Çal, B.** ve Tanyer G. (2018). *Dijital Oyun Sektörünün Yaratılan Ekonomik Değer Açısından İncelenmesi*. International Congress on Turkish Geography Social Sciences Research, Türkiye, Antalya, 20-22 Nisan.
- **Çal, B.** (2017). *Bireysel Emeklilik Sisteminin Başarısını Etkileyen Tüketici Temelli Faktörler*. 1. Uluslararası Sosyal Beşeri ve Eğitim Bilimleri Kongresi, Türkiye, İstanbul, 22-23 Aralık.
- **Çal, B.** ve Cebeci, İ. (2017). *Müşterinin Firmaya Yönelik Algısının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Başarısı Üzerindeki Etkisi*. I. Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları Sempozyumu, Türkiye, Antalya, 3-5 Kasım.
- Cebeci, İ. ve **Çal, B.** (2017). *Nihai Tüketici Perspektifinden Hazır Giyim Sektörünün Gücünü Belirleyen Unsurlar*. I. Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları Sempozyumu, Türkiye, Antalya, 3-5 Kasım.
- **Çal, B.** ve Cebeci, İ. (2017). *The Importance of Timing and Relation with Core Business in the Success of Corporate Social Responsibility: An Example from Turkish Banking Sector*. International Congress on Management Economics and Business, Bülent Ecevit Üniversitesi, Türkiye, Zonguldak, 7-9 Eylül.

- Genç, K. Y. ve **Çal, B.** (2016). *The mediating Effect of Entrepreneurial Orientation between Risk Taking and Trust: Evidence from Turkey*. 12th Strategic Management Conference, Türkiye, Antalya, 28-30 Ekim.
- **Çal, B.** ve Adams, R. (2014). *The Effect of Hedonistic and Utilitarian Consumer Behavior on Brand Equity: Turkey - UK Comparison on Coca Cola*. 10th International Strategic Management Conference, Roma, İtalya, 19-21 Haziran.

7.4. Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

7.5. Yazılan ulusal kitaplar veya kitaplarda bölümler

- **Çal, B.** (2018). Tüketim Değerleri Teorisi Çerçevesinde Yatırım Kararları: Bireysel Emeklilik Sistemine Yönelik Risk-Güven İlişkisi, M. Reyhanoğlu, içinde *Araştırmalar Işığında Pazarlama, Turizm ve İletişimde Güncel Konular* (s. 139-164), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

7.6. Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

7.7. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

- **Çal, B.** ve Erdem, A. (2017). Ürünün Yenilik Derecesinin Algılanan Kalite Üzerindeki Rolü: Cinsiyetin Düzenleyici Etkisi. 22. Pazarlama Kongresi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon, 28-30 Eylül.
- **Çal, B.** (2016). *Pazarlama Yatırımlarının Verimliliğinin Sektörel Bazda İncelenmesi: BIST Örneği*. 21. Pazarlama Kongresi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya, 06-08 Ekim.

7.8. Diğer yayımlar

- Burns, A. C. ve Ronald, F. B. (2015). Marketing Research (**Betül Çal, Saha Çalışması ve veri Kalitesi Konularını Ele Alma** (Bölüm 11) çeviri). Ankara: Nobel Yayıncılık (Çev. Ed.: Fatma Demirci Orel).

7.9. Uluslararası atıflar

Çal, B. ve Adams, R. (2014). The Effect of Hedonistic and Utilitarian Consumer Behavior on Brand Equity: Turkey - UK Comparison on Coca Cola. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 475-484;

- Sinha, Somesh Kumar; Verma, Priyanka (2018). Impact of Sales Promotion's Benefits on Brand Equity: An Empirical Investigation. *Global Business Review*, 19(6), 1-18.
- Rahmawati; Ramadania; Gunawan, Sri (2018). Do brand credibility and altruistic attribution affect corporate philanthropy performance? – the moderating effect of gen y's hedonic behaviour. *International Journal of Business and Society*, 19, 1, 27-40.
- Chew, Bee Eng; Adis, Azaze Azizi Abdul (2018). A Study on Malaysian Consumers' Attitude and Behavioral Intention Towards Print Advertising. *International Journal of Marketing Studies*, 10, 2: 132-150. doi:10.5539/ijms.v10n2p132.

- Chahal, Hardeep; Rani, Anu (2017). How trust moderates social media engagement and brand equity. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 11, 3; 312-335, <https://doi.org/10.1108/JRIM-10-2016-0104>.
- Han, Heesup; Hyun, Sunghyup Sean (2017). Cruise travel motivations and repeat cruising behaviour: impact of relationship investment, *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2017.1313204.
- Adi, Pramono Hari; Wihuda, Faizal; Adawiyah, Wiwiek Rabiatal. (2017). The Role of Social Media Browsing Intention for Behavioral Outcomes of Young Consumers. *Market-Tržište*, 29, 1; 39-57. DOI <http://dx.doi.org/10.22598/mt/2017.29.1.39>.
- Unurlu, Cigdem; Uca, Selda (2017). The effect of culture on brand loyalty through brand performance and brand personality. *International Journal of Tourism Research*, 19, 6;672–681.
- Imam, Santoso (2016). Peran Nilai Utilitarian Dan Hedonis Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Minuman Probiotik. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 13, 3; 183-191. DOI: 10.17358/JMA.13.3.183
- Al-Zu'bi, Abdelhalim Issa. (2015). Is Consumer Self-Confidence Intervenes the Relationship between Shopping Motives and Search for Dress Information? *International Journal of Marketing Studies*, 7, 5; 94-106.

Çal, B. ve Lambkin, M. (2017). Brand equity of stock exchange as a mediator in financial Decisions. *Journal of Financial Services Marketing*, 22, 14-23;

- Issar, Rajiv (2017). Market Capitalization and Firm Value: The Size Factor. Walden Dissertations and Doctoral Studies Collection, Walden University, Minneapolis, Minnesota.

8. Ulusal & Uluslararası Projeler (DPT, TÜBİTAK, AB, vb)

9. İdari Görevler

- İşletme Bölüm Başkan Yardımcısı – ALKÜ 2017 –
- Üretim Yönetimi ve Pazarlama ABD Başkanı – ALKÜ 2017 –

10. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler

- Türkiye Pazarlama Araştırmaları Derneği

11. Ödüller - Burslar

- TÜBİTAK 2214-A, Yurt Dışı Doktora Sırası Araştırma Bursu – University College Dublin, İrlanda

12. Son İki Yılda Verilen Dersler

12.1. Lisans düzeyinde verilen dersler

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati		Öğrenci Sayısı
			Teorik	Uygulama	
2015-2016	Güz				
	İlkbahar	Global Marketing Management – University College Dublin (misafir araştırmacı)	3	0	155
2016-2017	Güz				
	İlkbahar	Marketing - II	3	0	131
		Learning Organizations	3	0	124
		Hizmet Pazarlaması	3	0	78
	Halkla İlişkiler	3	0	297	

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati		Öğrenci Sayısı
			Teorik	Uygulama	
2017-2018	Güz	Uluslararası Pazarlama	3	3	207
		Hizmet Pazarlaması	3	0	190
		E-Ticaret	3	0	60
	İlkbahar	Pazarlama İlkeleri	3	0	
		Müşteri İlişkileri Yönetimi	3	0	

12.2. Lisansüstü düzeyinde verilen dersler

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati		Öğrenci Sayısı
			Teorik	Uygulama	
2017-2018	İlkbahar	Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Etik	3	3	
		Uluslararası Hizmet Pazarlaması	3	0	