

CURRICULUM VITAE

Prof. Dr. Melike Demirbağ Kaplan

Ausbildung (Studium)

Jahr

- 2005-2007 Doktoratsstudium in Betriebswirtschaftslehre - Fakultät für
Wirtschaftswissenschaften - an der Izmir Ekonomi Universitesi, Türkei;
Promotion zum Dr.
- 2003-2005 Masterstudium der Betriebswirtschaftslehre an der Izmir Ekonomi Universitesi,
Türkei
Abschluss: Master of Business Administration (magna cum laude)
- 1996-2000 Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Bogazici Universitesi, Türkei
Abschluss: Bachelor of Arts, Business Administration

Wissenschaftlicher Werdegang und berufliche Erfahrung

- 2018- Professorin für Betriebswirtschaftslehre, HWTK Berlin
- 2017-2018 Associate Professorin an der Yasar Universitesi, Türkei
- 2014-2015 Visiting Professorin an der Schulich School of Business, York University,
Kanada
- 2007-2017 Junior Professorin (bis 2011) und Associate Professorin an der Izmir
Ekonomi Universitesi, Türkei
- 2006-2018 Freiberufliche Brand- und Marketingberaterin
- 2002-2006 Batel A.S., Izmir, Türkei
- 2001-2002 Turbarter A.S., Istanbul, Türkei
- 2000-2001 Osmanli Bankasi A.S., Ankara, Türkei

Schwerpunkte in Lehre und Forschung

Forschung:

- Machtverschiebung auf dem Markt insb. im Rahmen der alternativen Konsumformen (Konsumwiderstand, Sharing Economies, nachhaltiger Konsum, etc.)
- Konsumverhalten im Energiebereich & Smart
- Konsum und Digitalisierung

Schwerpunkte in der Lehre:

- Marketing
- Brand Management

Forschungs- und Drittmittelprojekte

- 2016 – 2019 Forschungsprojekt: „ECHOES (Energy CHOices supporting the Energy union and the Set-plan), EU H2020 project“ *Projektleitung: Prof. Dr. Christian A. Klöckner*
Projektleistung: Forscher *Projektmittel: 3.999.664,25 €* *Kooperationspartner: Norges Teknisk-Naturvitenskapelige Universitet NTNU*
- 2009 – 2010 Forschungsprojekt: „Brand Image in Higher Education“ *Projektleitung: Dr. Melike Demirbag Kaplan*
Projektleistung: Projektleiter *Projektmittel: 26.400 €* *Kooperationspartner: Izmir Ekonomi Universitesi*
- 2006 – 2008 Forschungsprojekt: „The Identity of Thessalonica and Crete Immigrants in Izmir and Its Reflections on Izmir Culture), EU project“ *Projektleitung: Prof. Dr. Orhan Tekelioglu*
Projektleistung: Forscher *Projektmittel: 21.650 USD* *Kooperationspartner: MireKOC (Koc University Migration Studies Institute)*

Ausgewählte Publikationen / Publikationsliste

- Biresselioglu, M. E., Demir, M. H., Demirbag Kaplan, M., & Solak, B. (2020). Individuals, collectives, and energy transition: Analysing the motivators and barriers of European decarbonisation. *Energy Research & Social Science*, 66, 101493.
- Demirbag-Kaplan, M. (2018). When Delights Turn Bitter: Consumer Resistance in Turkey. In Ozturkcan, S. and Yolbulan Okan, E., *Marketing Management in Turkey*. London, UK: Emerald.
- Demirbag-Kaplan, M., Kaplan-Oz, B. (2018) We beat the cops in GTA: Po(ludic)al Activism in the Age of Video Games, *Convergence*, 24(6), 623–647.
- Biresselioglu, M.E., Demirbag-Kaplan, M., Yilmaz, B. K. (2018) Electric Mobility in Europe: Identification of Motivators and Barriers in Decision Making Processes, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 109, 1-13.
- Cavusoglu, L., Demirbag-Kaplan, M., (2017) Health Commodified, Health Communified: Navigating Digital Consumptionscapes of Well-Being, *European Journal of Marketing*, 51 (11/12), 2054-2079.
- Demirbag-Kaplan, M., Yildirim, C., Gulden, S., Aktan, D. (2015) I love to hate you: Loyalty for Disliked Brands and the Role of Nostalgia, *Journal of Brand Management*, 22, 136–153.
- Demirbag-Kaplan, M., Yurt, O., Guneri, B., Kurtulus, K. (2010) “Branding Places: Applying Brand Personality Concept to Cities”, *European Journal of Marketing*, Vol. 44, No. 9/10, 1286 - 1304.
- Baltacioglu, T., Ada, E., Demirbag-Kaplan, M., Yurt, O., Kaplan Y.C. (2007) “A New Framework for Service Supply Chains”, *Service Industries Journal*, Vol. 27, No. 2, 105-124.

Vorträge

- “Digital Transformation of Marketing Mix: From 4Ps to 4Ss”, 50th Association for Consumer Research (ACR) Conference, vom 17.-20. Oktober, 2019, Atlanta, GA (U.S.A.), Oktober 2019 (peer-reviewed).
- “Consumers on social media and how to deal with social media data”, Frankfurt School of Finance and Management, Frankfurt (Deutschland), Februar 2019 (auf Einladung).
- “Social Tagging Networks: A New Method for #Hashtag Clustering and Networking on Instagram”, 43rd Macromarketing Conference vom 9.-13. Juli 2018, Universität Leipzig (Deutschland), Juli 2018 (peer-reviewed).
- “Structuring a sustainable, fully competitive and liberal natural gas market in Turkey: The perception of the Turkish private sector”, 3rd International Conference and Expo on Oil and Gas, vom 13.-14. Juli 2017, Berlin (Deutschland), Juli 2017 (peer-reviewed).
- “Dress Code, Virtual: The Impact of Social Media Usage Patterns in Apparel Consumption”, 45th European Marketing Academy Conference, vom 26.-29. Mai 2016, BI Norwegian Business School, Oslo (Norwegen), Mai 2016 (peer-reviewed).
- “Prestij tüketimi: Tüketicilerin kendilerini ayrıcalıklı hissetme arzulari ve kitleseleştirmesi”, 10th International Marketing Trends Conference, vom 20.-22. Januar 2011, ESCP Business School, Paris (Frankreich), Januar 2011 (peer-reviewed).