

## Asst. Prof. MÜZEYYEN GELİBOLU

### Personal Information

**Email:** muzeyyen@mku.edu.tr

**Web:** <https://avesis.mku.edu.tr/muzeyyen>

### International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-9852-7243

Yoksis Researcher ID: 154304

### Education Information

Doctorate, Hatay Mustafa Kemal University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Turkey Continues

Postgraduate, Cag University, Turkey 2010 - 2013

Masters (Non-Thesis), Eskisehir Osmangazi University, Fen Bilimleri Enstitüsü, Turkey 2006 - 2007

Undergraduate, Eskisehir Osmangazi University, Turkey 2000 - 2005

### Foreign Languages

English

### Dissertations

Doctorate, Tüketimin karanlık üçlüsü: Açgözlülük, materyalizm ve tüketici kibrinin yaşam tatmini üzerindeki etkisine yönelik Hatay'da bir araştırma, Hatay Mustafa Kemal University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2020

Postgraduate, Arama motoru reklamcılığının etkinliği üzerine bir araştırma: Google Adwords uygulaması, Cag University, 2013

### Academic Titles / Tasks

Hatay Mustafa Kemal University, KIRIKHAN MESLEK YÜKSEKOKULU, 2022 - Continues

Lecturer, Hatay Mustafa Kemal University, KIRIKHAN MESLEK YÜKSEKOKULU, 2007 - 2022

### Academic and Administrative Experience

Hatay Mustafa Kemal University, 2018 - Continues

### Courses

Girişimcilik, Associate Degree, 2020-2021, 2016-2017

İnsan Kaynakları Yönetimi, Associate Degree, 2020-2021

İstatistik, Associate Degree, 2020-2021, 2019-2020

Ticari matematik, Associate Degree, 2020-2021

Matematik, Associate Degree, 2020-2021

Mesleki Matematik, Associate Degree, 2019-2020, 2018-2019, 2017-2018

## Articles Published in Other Journals

- I. **Tüketici-Fenomen Benlik İmajı Uyumunun Satın Alma Niyetine Etkisi: Para-sosyal Etkileşim ve Güvenilirliğin Sıralı Aracılık Rolü**  
GELİBOLU M.  
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.24, no.1, pp.367-392, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Sosyal Medya Fenomeni Pazarlamasında Benlik Uyumu Algısının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Para-Sosyal Etkileşimin Aracılık Rolü**  
GELİBOLU M.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.17, no.1, pp.143-170, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Investigating the Effect of Greed, Materialism, and Consumer Arrogance on Consumers' Life Satisfaction**  
Arslan M., BALIKCIOGLU B.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.13, no.4, pp.3136-3151, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **A Cross-Cultural Validation of Consumer Arrogance Scale in Turkey and Romania**  
BALIKCIOGLU B., Arslan M.  
Ege Akademik Bakış, vol.19, no.4, pp.411-424, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **The Role of Destination Personality, Cognitive Image and Affective Image in Strong City Branding: The case of Hatay**  
Ural T., TERCAN E., ARSLAN M., TANER D.  
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.16, no.4, pp.145-159, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

## Books & Book Chapters

- I. **Veri Güvenliği ve Dijital Reklamcılık**  
GELİBOLU M.  
in: Mahremiyetin Sonu Dijital İletişim ve Veri Güvenliği, Çokluk Nil, Kara Nurat, Editor, Literatürk Academia, pp.187-212, 2022

## Supported Projects

GELİBOLU M., BALIKÇIOĞLU B., Project Supported by Higher Education Institutions, Tüketime Karanlık Üçlüsü: Kibir, Açgözlülük ve Materyalizmin Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisine Yönelik Hatay'da Bir Araştırma, 2018 - 2019

## Metrics

Publication: 6