

Prof. Dr. EMİNEGÜL KARABABA

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 312 210 2012](tel:+903122102012)

E-posta: eminegul@metu.edu.tr

Web: <https://avesis.metu.edu.tr/eminegul>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: RxfLx0YAAAAAJ

ORCID: 0000-0002-4665-2480

Publons / Web Of Science ResearcherID: D-5280-2013

ScopusID: 36809972200

Yoksis Araştırmacı ID: 182122

Eğitim Bilgileri

Lisans, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Kimya Mühendisliği Bölümü, Türkiye 1988 - 1999

Yüksek Lisans, İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi, Ekonomi Ve Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YL) (Tezli), Türkiye 1993 - 1996

Yüksek Lisans, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Polimer Bilimi Ve Teknolojisi (YL) (Tezli), Türkiye 1992 - 1996

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2024 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2014 - Devam Ediyor

Yrd. Doç. Dr., Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - 2014

Doç. Dr., Syddansk Universitet, Faculty Of Business And Social Sciences, Department Of Marketing And Management, 2011 - 2012

Yrd. Doç. Dr., University of Exeter, Business School, Management, 2006 - 2011

Akademik İdari Deneyim

Enstitü Yönetim Kurulu Üyesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2024 - Devam Ediyor

Fakülte Kurulu Üyesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2021 - 2024

Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - 2014

Verdiği Dersler

Principles of Marketing, Lisans, 2024 - 2025

Marketing Management, Yüksek Lisans, 2024 - 2025
Marketing Management, Yüksek Lisans, 2021 - 2022
MARKETING AND CULTURE, Lisans, 2020 - 2021
CONSUMER BEHAVIOR, Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020
CONSUMER BAHVIOR, Yüksek Lisans, 2019 - 2020
PRINCIPLES OF MARKETING, Lisans, 2018 - 2019
HONORS SEMINAR, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018
Global and Intercultural Marketing, Lisans, 2012 - 2013

Yönetilen Tezler

Karababa E., EXPLORING CONSUMER VALUE TYPES IN THE CONTEXT OF TURKISH INSTAGRAM FASHION INFLUENCERS, Yüksek Lisans, D.ÇAVDAR(Öğrenci), 2021
Karababa E., UNDERSTANDING HOW WOMEN DEFINE AND CREATE THEIR PERSONAL SARTORIAL STYLE USING THE AESTHETIC, MATERIAL, ECONOMIC AND SYMBOLIC ATTRIBUTES OF CLOTHING, Yüksek Lisans, M.ALPAŞLAN(Öğrenci), 2021
Karababa E., The role of repetition (frequency of exposure) in advertising. How does it influence consumer responses? What kind of factors moderate the effects of repetition?, Yüksek Lisans, A.ABBASZADE(Öğrenci), 2021
Karababa E., COMPARISON OF HIGH CULTURAL CAPITAL AND LOW CULTURAL CAPITAL PICTORIAL HOUSEHOLD ARTWORK CONSUMERS IN THE UPPER MIDDLE CLASS IN ANKARA, Yüksek Lisans, D.DEMİRCİOĞLU(Öğrenci), 2020
Karababa E., New family identity formation process of middle-class families in Turkey in the context of modernization and urbanization , Yüksek Lisans, S.Öz(Öğrenci), 2019
Karababa E., Saluting the sun under the shadow of neoliberalism: an ethnographic study of yoga teacher training course attendees and yoga teachers, Yüksek Lisans, P.Aydiner(Öğrenci), 2019
Karababa E., Co-creation of value in a social enterprise of amateur runners in Turkey: charity run with adim adim, Yüksek Lisans, M.Biroğlu(Öğrenci), 2019
KARABABA E., Adjusting the global communications strategies to the local context: A case of a non-profit international organization in Turkey, Yüksek Lisans, C.MEHMETHANOĞLU(Öğrenci), 2018
KARABABA E., Identifying design factors for personal digital calendars in relation with consumer timestyles, Yüksek Lisans, U.CİVELEK(Öğrenci), 2016
KARABABA E., Domestic arrangements of middle class Turkish families reproduced through home furnishing consumption practices, Yüksek Lisans, E.YILDIZ(Öğrenci), 2015
KARABABA E., Understanding brand building processes in an emerging market context: The interplay between Turquality program and the Turkish jewellery companies, Yüksek Lisans, İ.YARAN(Öğrenci), 2014

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Ripping through a storified place: an exercise in critical breaking**
Kravets O., Karababa E.
Journal of Marketing Management, cilt.38, sa.15-16, ss.1672-1690, 2022 (SSCI)
- II. **Value in marketing Toward sociocultural perspectives**
Karababa E., Kjeldgaard D.
MARKETING THEORY, cilt.14, ss.119-127, 2014 (SSCI)
- III. **Partly primitive: Discursive constructions of the domestic surfer**
Canniford R., Karababa E.
Consumption Markets and Culture, cilt.16, ss.119-144, 2013 (SSCI)
- IV. **Approaching non-western consumer cultures from a historical perspective: The case of early modern Ottoman consumer culture**
Karababa E.

Marketing Theory, cilt.12, ss.13-25, 2012 (SSCI)

- V. **Investigating early modern Ottoman consumer culture in the light of Bursa probate inventories**
Karababa E.
Economic History Review, cilt.65, ss.194-219, 2012 (SSCI)
- VI. **Early Modern Ottoman Coffeehouse Culture and the Formation of the Consumer Subject**
Karababa E., Ger G.
JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH, cilt.37, ss.737-760, 2011 (SSCI)
- VII. **Compatibility study of waste poly(ethylene terephthalate) with poly(vinyl chloride). II**
Akovali G., Karababa E.
JOURNAL OF APPLIED POLYMER SCIENCE, cilt.68, sa.5, ss.765-774, 1998 (SCI-Expanded)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Understanding the Complexity of Value and Its Co constitution in a Global Network Insights from a Global Fashion Brand Value Constitution Context**
Karababa E., Dannie K.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.7, sa.1, ss.1-21, 2015 (Hakemli Dergi)
- II. **Marketing and consuming flowers in the Ottoman Empire**
Karababa E.
JOURNAL OF HISTORICAL RESEARCH IN MARKETING, cilt.7, sa.2, ss.280-292, 2015 (ESCI)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Qualitative Historical Research Methods in Marketing**
KARABABA E.
Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing, Belk Russell W., Otnes Cele, Editör, Edward Elgar Publishing, Massachusetts, ss.173-184, 2024
- II. **The Self and Personality**
Karababa E.
Consumer Behavior, Barış, Gülfidan, Editör, T.C. ANADOLU UNIVERSITY, Eskişehir, ss.57-80, 2020
- III. **International Marketing and Production**
Karababa E.
International Business, Ozan Ağlargoöz, Editör, T.C. Anadolu University, Eskişehir, ss.152-178, 2020
- IV. **Debunking the Myth of Globalization**
Karababa E., Ger G., Yencioğlu M. B., Ustuner T., Ture M., Kuruoğlu A.
The SAGE Handbook of Consumer Culture, Olga Kravets, Pauline Maclaren, Alladi Venkatesh, Steven Miles, Editör, Sage, London/New Delhi , London, ss.79-101, 2018
- V. **Braudel's Notions of time, capitalism and market**
Karababa E.
Canonical Authors in Consumption Theory, Soren Askegaard, Benoit Heilbrunn , Editör, Routledge, London/New York , London, ss.158-164, 2018
- VI. **Consumer-Produced Emergent and Hybrid Markets**
Karababa E., Scaraboto D.
Consumer Culture Theory, Arnould Eric J, Thompson Craig J, Editör, Sage, London/New Delhi , London, ss.107-125, 2018
- VII. **Ethnicity**
Karababa E.
A Cultural History of Dress and Fashion in the Renaissance (Volume 3 of A Cultural History of Dress and Fashion Series), Elizabeth Currie, Editör, Bloomsbury Press, London, ss.135-151, 2017

VIII. İşletme Öğrencileri İçin Yüksek Lisans Tez Yazımı

Karababa E.

Gazi Yayın Dağıtım, Ankara, 2015

IX. E-Biz Comes to Turkey

Karababa E., Thompson D. N.

Marketing Management In Turkey: Cases and Challenges, Donald N. Thompson, Editör, Gazi Yayın Dağıtım, Ankara, ss.150-160, 2005

X. Türkiye’de Pazarlama ve Tüketici Davranışı’nın Gelişimi

Karababa E.

Türkiye’deki Pazarlama Vak’aları: Zorluklar ve Fırsatlar, Donald N. Thompson, Editör, Gazi Yayın Dağıtım, Ankara, ss.9-17, 2005

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. Capital Disruptions and Taste Negotiations in the Face of Hyperinflation” Consumer Culture Theory Conference, Lund, Sweden

Coskuner-Balli G., KARABABA E.

Consumer Culture Theory Conference, Lund, İsveç, 27 Haziran 2023

II. Academic Communities of Practice as a Response to Institutional Tensions

KARABABA E., ORAN A., WASTI PAMUKSUZ S. N., Andrews S.

British Academy of Management Conference, Manchester, İngiltere, 31 Ağustos 2022

III. Assemblages of Denim: Transforming from Mundane to Remarkable Consumption Object

KARABABA E., İŞLEK M. S., AY U.

2018 Association for Consumer Research Annual Conference, Dallas, Amerika Birleşik Devletleri, 11 - 14 Ekim 2018

IV. Assembling the Ethnic Identity in the Early Modern Ottoman Society through Clothing Consumption

KARABABA E.

Conference on Historical Analysis and Research in Marketing (CHARM), Liverpool, Birleşik Krallık, 1 - 04 Haziran 2017, ss.274-276

V. Nitel Araştırma Yöntemleri

KARABABA E.

Pazarlama Araştırmalarında Alternatif Yöntemler Sempozyumu V, İzmir, Türkiye, 16 - 17 Nisan 2015

VI. Brand Formation in Emerging Markets

KARABABA E., SANDIKCI TÜRKDOĞAN A. Ö.

Brand Camp -3 Workshop, University of Innsbruck, Obergurgl, Avusturya, 20 - 22 Mart 2015

Diğer Yayınlar

I. Energy Justice: A Social Sciences and Humanities Cross-cutting Theme Report

Topal Ç., Sarı R., Voyvoda E., Karababa E., Islambay D., Lacey-Barnacle M.

Teknik Rapor, ss.1-18, 2017

Desteklenen Projeler

Wasti Pamuksuz S. N., Andrews S., Karababa E., Oran A., Akın I., Gardner J., Bell R., Terzi H., İngiliz Konseyi, CO-CREATION OF PARTICIPANT-CENTRED, SUSTAINABLE MANAGEMENT/ENTREPRENEURSHIP TRAINING VIA REAL-LIFE CASE STUDY DEVELOPMENT, 2021 - 2023

KARABABA E., AY U., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Beğeni Rejimlerinin Işık ve Aydınlatma Tüketimini

Şekillendirmesi, 2017 - 2022

Sarı R., Karababa E., AB Destekli Diğer Projeler, Nature Based Solutions for re-naturing cities: knowledge diffusion and decision support platform through new collaborative models, 2016 - 2021

KARABABA E., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, 1980'ler Ankara'sında Tüketim Kültürünün Gelişimi, 2014 - 2016

Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler

MARKETING THEORY, Editörler Kurulu Üyesi, 2023 - Devam Ediyor

METU Studies in Development, Yardımcı Editör/Bölüm Editörü, 2023 - Devam Ediyor

JOURNAL OF HISTORICAL RESEARCH IN MARKETING, Editörler Kurulu Üyesi, 2022 - Devam Ediyor

Journal of Italian Marketing, Editörler Kurulu Üyesi, 2020 - Devam Ediyor

JOURNAL OF HISTORICAL RESEARCH IN MARKETING, Baş Editör, 2018 - 2022

Consumption Markets & Culture, Yardımcı Editör/Bölüm Editörü, 2016 - 2020

Bilimsel Kuruluşlardaki Üyelikler / Görevler

Consumer Culture Theory Consortium, Üye, 2020 - 2024, Amerika Birleşik Devletleri

Association of Consumer Research, Üye, 2021 - 2023, Amerika Birleşik Devletleri

Conference on Historical Analysis and Research in Marketing (CHARM) Association, Yönetim Kurulu Üyesi, 2017 - 2023, Amerika Birleşik Devletleri

British Academy of Marketing, Üye, 2021 - 2022, İngiltere

Bilimsel Hakemlikler

BUSINESS HISTORY REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ekim 2023

THE ECONOMIC HISTORY REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ağustos 2023

CONSUMPTION MARKETS CULTURE, SSCI Kapsamındaki Dergi, Temmuz 2023

Bilimsel Danışmanlıklar

FWF Austrian Science Fund , Bilimsel Projeler İçin Yapılan Danışmanlık, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, 2022 - Devam Ediyor

Etkinlik Organizasyonlarındaki Görevler

Orbay K., Karababa E., Early Modern Ottoman Studies Conference, Bilimsel Kongre / Sempozyum Organizasyonu, Ankara, Türkiye, Temmuz 2023

Karababa E., Ger G., Kravets O., Consumption Markets and Culture Theorization Doctoral Seminar, Çalıştay Organizasyonu, Türkiye, Ağustos 2022

Karababa E., Ger G., Consumption Markets and Culture Theorization Doctoral Seminar, Çalıştay Organizasyonu, Ankara, Türkiye, Haziran 2019

Karababa E., Ger G., Östberg J., Consumption Markets and Culture Theorization Doctoral Seminar, Çalıştay Organizasyonu, Stockholm, İsveç, Nisan 2017

Metrikler

Yayın: 29

Atıf (WoS): 281

Atıf (Scopus): 283

H-İndeks (WoS): 7

H-İndeks (Scopus): 5

Akademi Dışı Deneyim

Ticari Kuruluş Özel, Samur Halıları Sanayii ve Ticaret A.Ş., Dış Ticaret