

## Doç.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>

### 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 (YI) (Tezli), Türkiye 1993 - 1996

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

### Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

### Akademik Unvanlar / Görevler

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, Organisation Studies, 2006 - 2011

### Mesleki Deneyim

Bölüm Başkan Yardımcısı, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - 2014

### Verdiği Dersler

MARKETING AND CULTURE, Lisans, 2019 - 2020

CONSUMER BEHAVIOR, Lisans, 2019 - 2020

CONSUMER BAHVIOR, Yüksek Lisans, 2019 - 2020

### Yönetilen Tezler

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

- **Value in marketing Toward sociocultural perspectives**  
Karababa E., Kjeldgaard D.  
MARKETING THEORY, cilt.14, ss.119-127, 2014 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **Partly primitive: Discursive constructions of the domestic surfer**  
Canniford R., Karababa E.  
Consumption Markets and Culture, cilt.16, ss.119-144, 2013 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **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 İndekslerine Giren Dergi)
- **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 İndekslerine Giren Dergi)
- **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 İndekslerine Giren Dergi)
- **The emergence of the posthuman consumer and the fusion of the virtual and the real: A critical analysis of Sony's ad for memory Stick (TM)**  
Venkatesh A., Karababa E., Ger G.  
ADVANCES IN CONSUMER RESEARCH, VOLUME XXIX, cilt.29, ss.446-452, 2002 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **Compatibility study of waste poly(ethylene terephthalate) with poly(vinyl chloride). II**  
Akovali G., Karababa E.  
JOURNAL OF APPLIED POLYMER SCIENCE, cilt.68, ss.765-774, 1998 (SCI İndekslerine Giren Dergi)

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- **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, ss.1-21, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Marketing and consuming flowers in the Ottoman Empire**  
Karababa E.  
JOURNAL OF HISTORICAL RESEARCH IN MARKETING, cilt.7, ss.280-292, 2015 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)

## Kitap & Kitap Bölümleri

- **Braudel's Notions of time, capitalism and market**  
KARABABA E.  
Canonical Authors in Consumption Theory, Soren Askegaard, Benoit Heilbrunn , Editör, Routledge, London/New York , Oxon, ss.158-164, 2018

- **Debunking the Myth of Globalization**  
Karababa E., Ger G., Yenciođlu M. B. , Ustuner T., Ture M., Kuruođlu 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
- **Consumer-Produced Emergent and Hybrid Markets**  
KARABABA E., Scaraboto D.  
Consumer Culture Theory, Arnould Eric J, Thompson Craig J, Editör, Sage, Londrina, ss.107-125, 2018
- **Ethnicity**  
KARABABA E.  
A Cultural History of Dress and Fashion Volumes 1 6 The Cultural Histories Series, Elizabeth Currie, Editör,  
Bloomsbury, Londrina, ss.135-152, 2016
- **İşletme Öğrencileri İçin Yüksek Lisans Tez Yazımı**  
KARABABA E.  
Gazi Kitabevi, Ankara, 2015

## **Diğer Yayınlar**

- **Energy Justice: A Social Sciences and Humanities Cross-cutting Theme Report**  
Topal Ç., Sarı R., Voyvoda E., Karababa E., İslambay D., Lacey-Barnacle M.  
Teknik Rapor, ss.1-18, 2017

## **Desteklenen Projeler**

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

## **Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler**

Journal of Historical Research in Marketing, Baş Editör, 2017 - Devam Ediyor  
Consumption Markets & Culture, Yardımcı Editör, 2016 - Devam Ediyor

## **Atıflar**

Toplam Atıf Sayısı (WOS):217  
h-indeksi (WOS):6