

Dr. Öğr. Üyesi FORREST WATSON

Kişisel Bilgiler

E-posta: forrest@metu.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: 7jWhWYAAAAJ

ORCID: 0000-0002-8820-1434

Publons / Web Of Science ResearcherID: ABB-8269-2020

ScopusID: 57194216258

Yoksis Araştırmacı ID: 273064

Eğitim Bilgileri

Bütünleşik Doktora, İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2012 - 2017

Yüksek Lisans, İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, International Relations, Türkiye 2005 - 2017

Lisans Çift Anadal, Franklin & Marshall College, Business, Government, Amerika Birleşik Devletleri 2000 - 2004

Yabancı Diller

Türkçe, C1 İleri

İspanyolca, A2 Temel

Yaptığı Tezler

Bütünleşik Doktora, Reconnecting Food Producers and Consumers To Improve Community Well-Being, İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017

Akademik Unvanlar / Görevler

Dr. Öğr. Üyesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP, Lisans, 2018 - 2019

Yönetilen Tezler

WATSON F., Sigara içenlerin bağımsız ve karşılıklı bağımlı benlik kurgularına bağlı olarak etkili sigara karşıtı kamu spotları tasarlama., Yüksek Lisans, M.Önen(Öğrenci), 2019

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Millennials' changing mobility preferences: A telecommuting case in Istanbul**
Erdogdu A. I., WATSON F.
JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR, cilt.22, sa.2, ss.483-495, 2023 (SSCI)
- II. **The picture of smoking in my mind: a need for effective anti-smoking public service announcements based on the self-construals of smokers**
Önen M., Watson F.
Global Health Promotion, cilt.29, sa.2, ss.50-59, 2022 (SSCI)
- III. **The Impact of Online Reviews on the Information Flows and Outcomes of Marketing Systems**
WATSON F., Wu Y.
JOURNAL OF MACROMARKETING, cilt.42, sa.1, ss.146-164, 2022 (SSCI)
- IV. **A model of consumer life-satisfaction amidst the COVID-19 pandemic: Evidence and policy implications**
Ekici A., Watson F.
Journal of Consumer Affairs, cilt.56, sa.1, ss.158-179, 2022 (SSCI)
- V. **Understanding the leaky pipeline system: behavioural ecological approach to the social marketing of women thriving in STEM careers**
Celik H., WATSON F.
JOURNAL OF SOCIAL MARKETING, cilt.11, sa.4, ss.616-632, 2021 (SSCI)
- VI. **Trust-Driven Entrepreneurship for Community Well-Being of Refugees and Their Local Hosts**
Baktir Z., WATSON F.
JOURNAL OF MACROMARKETING, cilt.41, sa.2, ss.251-266, 2021 (SSCI)
- VII. **Macromarketing Pedagogy: Empowering Students to Achieve a Sustainable World**
Shapiro S., Beninger S., Domegan C., Reppel A., Stanton J., WATSON F.
JOURNAL OF MACROMARKETING, cilt.41, sa.1, ss.104-115, 2021 (SSCI)
- VIII. **Understanding the Dark Sides of Alternative Economies to Maximize Societal Benefit**
WATSON F., EKİCİ A.
JOURNAL OF MACROMARKETING, cilt.40, sa.2, ss.169-184, 2020 (SSCI)
- IX. **Well-being in Alternative Economies: The Role of Shared Commitments in the Context of a Spatially-Extended Alternative Food Network**
Watson F., Ekici A.
Journal of Macromarketing, cilt.37, sa.2, ss.206-216, 2017 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Teaching What Society Needs: "Hacking" an Introductory Marketing Course With Sustainability and Macromarketing**
WATSON F., Stanton J., Beninger S., Domegan C., Reppel A., Shapiro S.
JOURNAL OF MARKETING EDUCATION, cilt.44, sa.3, ss.375-389, 2022 (ESCI)

Metrikler

Yayın: 10

Atif (WoS): 33

Atif (Scopus): 2

H-İndeks (WoS): 3

H-İndeks (Scopus): 1