



AYŞE ŞENGÖZ

DR. ÖĞR. ÜYESİ

Diğer E-posta : aysesengoz@akdeniz.edu.tr

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-0311-9141

Yoksis Araştırmacı ID: 196821



Öğrenim Bilgisi

| | |
|------------------------------|--|
| Doktora 2018 - 2021 | Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye |
| Yüksek Lisans 2012 - 2015 | Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye |
| Lisans 2009 - 2012 | Gazi Üniversitesi, Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi, Türkiye |

Yaptığı Tezler

Doktora, Turizm sektöründe elektronik ağızdan ağıza iletişimin satın alma niyeti üzerine etkisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2021

Yüksek Lisans, Kapadokya'nın destinasyon imajı üzerine bir araştırma, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015

Akademik Unvanlar / Görevler

| | |
|--|---|
| Öğretim Görevlisi Dr. 2020 - Devam Ediyor | Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri |
| Öğretim Görevlisi 2015 - 2020 | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi |
| Uzman 2013 - 2020 | Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği Ve Turizm Rehberliği |

Ödüller

1. Şengöz A., "2017 Yılı Üniversiteler Arası Ankara Turizmi Ödüllü Proje Yarışması" Ankara'nın Tanıtımı Kategorisi, Kategori Birincisi, Anadolu Ankara Turizm İşletmecileri Derneği (Atid), Aralık 2017

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

1. **Unveiling the symphony of experience: Exploring flow, inspiration, and revisit intentions among music festival attendees within the SOR model**
ŞENGÖZ A., Cavusoglu M., Kement U., Bayar S. B.
Journal of Retailing and Consumer Services, cilt.81, 2024 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

1. **THE MODERATED MEDIATION EFFECT OF ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (EWOM) COMPONENTS ON PURCHASE INTENTION IN TOURISM: THE CASE OF TURKEY**
Şengöz A., Eren D.
Journal of gastronomy, hospitality and travel (Online), cilt.7, sa.1, ss.87-103, 2024 (Hakemli Dergi)
2. **Destinasyon İmajının ve Gastronomik Deneyimin Destinasyon Sadakatine Etkisi: Ayvalık Örneği**
ZEYBEK HÜSEM B., KEMENT Ü., ŞENGÖZ A.
Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.9, 2023 (Hakemli Dergi)
3. **Ankara'nın Çevrimiçi Destinasyon İmajının Oluşmasında Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Instagram Paylaşımlarının Etkileri**
YALÇIN A., ŞENGÖZ A.
Turizm Akademik Dergisi, cilt.9, sa.2, ss.517-531, 2022 (Hakemli Dergi)

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

1. **TURİST REHBERİNİN TURİSTİN YEREL YİYECEK SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ**
ŞENGÖZ A.
VII. Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresinde (C-IASOS – 2023), Türkiye, 13 - 15 Kasım 2023
2. **Investigation of Virtual Museum Visits in Türkiye within the Scope of Telepresence and Technology Acceptance Model**
KEMENT Ü., YÜKSEL F., ERKEKLİ S., ŞENGÖZ A., KABACIK M.
Sustainable and Socially Responsible Development in the Network of Socioeconomic Relations Conference, Gdansk, Polonya, 28 - 30 Eylül 2023
3. **ANCYRA'DAN ANKARAYA BİR KÜLTÜR PAZARLAMASI HİKAYESİ: ANKARA KENT KONSEYİ ÖRNEĞİ**
ŞENGÖZ A., YALÇIN A.
III. Kent Konseyleri Sempozyumu, Balıkesir, Türkiye, 18 Kasım 2021
4. **Seyahat Acentesi Hizmetlerinin İleri Yaş ve Engelli Turizmi Açısından İncelenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma**
ERKILIÇ C. E., ŞENGÖZ A.
ASEAD 6. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER SEMPOZYUMU, Antalya, Türkiye, 2 - 04 Kasım 2019

Akademik İdari Deneyim

2021 - 2022

MYO Müdür Yardımcısı

Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri

Metrikler

Yayın: 31

Atıf (WoS): 1

Atıf (Scopus): 7

H-İndeks (WoS): 1

H-İndeks (Scopus): 1

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler