**YRD.DOÇ.DR.PERİHAN ŞIKER**

**Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler**

* Şıker, P., E. Şeşen (2016). Invisible Pressure of the " Like " Button: A Survey on Nıgde Unıversıty Students. International Journal of Social Science and Economic Research, 1(7), 977-990. (Yayın No: 2911329)
* Şıker, Perihan (2012). “Gender Differences in Turkey Consumer Decision Making Styles: A Study of Younger Consumers”, *Journal of Scientific Publication: Economy&Business*, EBSCO Publishing, 6(1), 372-383
* Şıker, Perihan (2011). “Müşterilerin İnternet Bankacılığını Benimsemelerine Yönelik Keşifsel Bir Araştırma”, *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 2(2), 35-50. (Indeksler: Cabell’s Directory, DOAJ, Journal Directory, Journal TOCs)

**Ulusal Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler**

* Şıker, P., Horzum, I. (2016). “Televizyon Reklamlarında Yer Alan Ürünlerin Marka Farkındalığı Yaratmada Etkisi” *Akademia,* 4/3, 58-66. doi: 10.17680/akademia.393
* Şıker, P., M. Akın (2012). “Konaklama İşletmelerinde Konumlandırmanın Tüketici Algılamaları Üzerinde Etkinliğinin İncelenmesi**”,** *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi***,** 5(1), 54-68.

**Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitaplarında Basılan Bildiriler**

* Şıker, Perihan (2016). “ Facebook Use of the Brands as a Marketing Communication Tool”. 5th AGP International Humanities and Social Sciences Conference 22-25 September 2016, Budapest, 306-312. (Tam metin bildiri)(Yayın No:2911350)

**Ulusal Tanınmış Yayınevleri Tarafından Yayınlanan Kitaplar**

* Şıker, Perihan (2013), Konaklama İşletmelerinde Konumlandırma, Detay Yayıncılık, Ankara.

**Atıflar**

* Akyüz A.M., Ö. Kara (2016), Gümüşhane Örnekleminde Pestil Ve Köme Markalarının Algısal Konumlarının Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi İle Belirlenmesi, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:16, Sayfa 136.
* Armağan, E., E. Temel (2016), Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanımında Demografik Faktörlerin Tüketici Algısına Etkisi Üzerine Ampirik Bir Çalışma,

CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi Cilt:14, Sayı:2, Sayfa 417.

* Bakırtaş, H. (2013), Tüketicilerin satın alma kararı üzerinde satış tutundurmanın etkisi: Turizm sektöründe bir uygulama.*International Journal of Human Sciences*. *10*(1), Sayfa 690.

## Eryiğit, Canan (2014), Algılama Haritalarının Oluşturulmasında Farklı Ölçüm Yöntemlerinin Karşılaştırmalı Bir İncelemesi, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 15/2, Sayfa 250.

* İnan, H., B. Nakiboğlu & H. D. Südaş (2016), İnternet Bankacılığına İlişkin Tüketici Tutumlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Bir Pilot Uygulama, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(3), Sayfa 167.
* Sevim, T., G. Ömür (2015), Customer Perspective in Use of Internet, Banking, The International Journal of Human, Community & Technology, 1(1), Sayfa 3.
* Yeşilyurt, Hamdi (2015). “ Finansal Hizmet Sektöründe Siber Güvenlik Riskleri Ve Çözüm Yolları: Ödeme Sistemleri Ve Tedarik Zinciri Bütünlüğü. Cbü Sosyal Bilimler Dergisi. 13/2, Sayfa 98.
* Yıldız, S., G. Karadirek (2014), Elektronik Hizmet Kalitesi Algılamaları: Bireysel İnternet Bankacılığı Kullanıcıları Üzerine Bir Uygulama, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:10, Sayfa 306.

**Dersler**

* 2016-2017 - Tüketici Davranışı
* 2016-2017- İletişim (Mimarlık Fak.)
* 2016-2017- Marka Yönetimi
* 2015-2016- Pazarlama İletişimi
* 2015-2016- Reklamcılığa Giriş
* 2015-2016- İletişim (Mühendislik Fak.)
* 2015-2016- Tüketici Davranışları (İ.İ.B.F.)
* 2015-2016- Tüketici Davranışı
* 2015-2016- Sosyal Medya
* 2015-2016- Pazarlama Yönetimi (İ.İ.B.F.)