|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | | | | | | | | | |  | | | | |  |
|  | EDA YAŞA ÖZELTÜRKAY | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | |  |
|  | PROFESÖR | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  | **E-Posta Adresi** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | : | | edayasa@cag.edu.tr | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |
|  |  |  |  | **Telefon (İş)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | : | | 3246514800- | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |
|  |  |  |  | **Telefon (Cep)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | : | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  | Çağ Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Müdürlüğü Adana- Mersin Karayolu üzeri Yasar Bayboğan Kampüsü -Yenice-Tarsus-MERSİN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | **Öğrenim Bilgisi** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | Doktora | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/PAZARLAMA (DR) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 2006 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 29/Haziran/2012 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | Tez adı: Sağlık sektöründe hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve bağlılık ilişkisi: Devlet, özel ve üniversite hastaneleri karşılaştırması (2012) Tez Danışmanı:(PROF. DR. FATMA DEMİRCİ OREL) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | Yüksek Lisans | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/İŞLETME YÖNETİMİ (YL) (TEZLİ) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 2003 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 10/Mayıs/2006 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | Tez adı: Aile şirketlerinde kurumsallaşma: Mersin ili aile şirketlerinin kurumsallaşma konusundaki tutumlarını ve düşüncelerini belirlemeye yönelik bir araştırma (2006) Tez Danışmanı:(PROF.DR. SÜLEYMAN TÜRKEL) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | Lisans | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İNGİLİZCE) (%50 BURSLU) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 1998 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 21/Haziran/2003 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | **Akademik Görevler** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | PROFESÖR | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İNGİLİZCE) (TAM BURSLU)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 19.12.2022 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | DOÇENT | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İNGİLİZCE) (TAM BURSLU)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 17.10.2017 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | DOÇENT | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Hochschule für öffentliche Verwaltung Kehl/Erasmus plus program) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 26.09.2022-02.10.2022 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/ULUSLARARASI İŞLETME YÖNETİMİ BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 16.09.2012-04.01.2018 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Lycee Ozenne,- Ozenne College of Management, Toulouse) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  | 14.01.2013-17.01.2013 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | | | | | |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  | |  |  | |  | |  | | 1 | | | | | | | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | ÖĞRETİM GÖREVLİSİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. (İNGİLİZCE) (ÜCRETLİ)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 20.01.2006-30.09.2012 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | ÖĞRETİM GÖREVLİSİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/MESLEK YÜKSEKOKULU/PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ/PAZARLAMA PR. (ÜCRETLİ) (Bölüm artık öğrenci almamaktadır.) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 2009-2011 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | ÖĞRETİM GÖREVLİSİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | IPAM- Instituto Português de Administração de Marketing) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 12.04.2009-17.04.2009 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | ÖĞRETİM GÖREVLİSİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Technische Universitaet Chemnitz-Zwickau/Erasmus plus program/Mobility program) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 13.05.2007-17.05.2007 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | ÖĞRETİM GÖREVLİSİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Technische Universitaet Chemnitz-Zwickau/Erasmus Program Staff Exchange program/Mobility program) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 14.05.2006-18.05.2006 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | ARAŞTIRMA GÖREVLİSİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/ULUSLARARASI İŞLETME YÖNETİMİ BÖLÜMÜ/YÖNETİM VE ORGANİZASYON ANABİLİM DALI) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 04.11.2003-20.01.2006 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | | **Yönetilen Tezler** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | | **Yüksek Lisans** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  | 2022 | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 1. | | | | | | | | | NAZİK İREN, (2022). Tüketicilerin yeşil hastane algısına etki eden faktörlerin demografik değişkenler açısından incelenmesi, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 2. | | | | | | | | | DEMİRCİ BESTE, (2022). A study on metaverse users' virtual products purchase intention: Second life example, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 3. | | | | | | | | | KARAÇALI MUSTAFA, (2022). Tüketicilerin "Getir" online sipariş uygulamasını kabul ve kullanımı üzerine bir araştırma, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  | 2021 | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 4. | | | | | | | | | SOYCAN DENİZ, (2021). Covıd-19 sürecinde tüketicilerin onlıne kitap satın alma niyetlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  | 2020 | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 5. | | | | | | | | | AY ŞEVİN, (2020). Kadın girişimcilere sosyal medyanın yarattığı fırsatların belirlenmesi: Adana ili örneği, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 6. | | | | | | | | | KOÇAK ESİN, (2020). Tüketicilerin fenomen instagram hesaplarından ürün satın alma niyetlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi: Rahat anne hesabı üzerinde bir uygulama, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 7. | | | | | | | | | UÇGUN MUSA, (2020). Gıda perakende sektöründe özel markalı ürünlerin mağaza sadakatine etki eden faktörlerin belirlenmesi: İndirim mağazaları örneği, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 8. | | | | | | | | | ZAİMOĞLU HATİCE ÇINAR, (2020). Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde sosyal müşteri ilişkileri yönetim süreçlerinin berlirlenmesi: Adana ilinde nitel bir araştırma, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 9. | | | | | | | | | KISACIK HÜSEYİN, (2020). Sosyal kimlik ve algılanan faydanın, tüketicilerin Instagram kullanım niyetleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi: Adana ili örneği, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 10. | | | | | | | | | ERGEZER NAİME SELİN, (2020). İkinci el moda ürünlerine yönelik tüketicilerin çevrimiçi motivasyonlarının belirlenmesi, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 11. | | | | | | | | | DİLMAÇ SEDA, (2020). Tüketicilerin akıllı satın alma davranışlarında etkili olan motivasyonların, kanal türlerine göre farklılıklarının belirlenmesi: Webrooming ve showrooming karşılaştırılması, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | | 12. | | | | | | | | | TETİK İLKNUR SELİN, (2020). Katılımcıların tekrar ziyaret etme niyetlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi: Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı örneklemi, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | |  | |  | | | |  | | | | | | |  |
|  | |  | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 13. | | | | | | | | | BİRSEN VİLDAN, (2020). Üniversite öğrencilerinin geri dönüşüm davranışlarına ilişkin görüş ve tutumlarının belirlenmesi, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | | 2019 | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 14. | | | | | | | | | ÖZDEMİR ZEYNEP, (2019). Tüketicilerin organik ürünlerde yer alan eko – etiket işaretleri ile ilgili görüşlerinin belirlenmesi: Adana ili örneklemi, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 15. | | | | | | | | | GÖZCÜ ESRA, (2019). Psikolojik güçlendirme algısının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin belirlenmesi (Adana ili örneği), Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | | 2018 | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 16. | | | | | | | | | AYDIN MURAT, (2018). Endüstriyel pazarlarda müşteri değeri yaratma sürecinde satış elemanlarının rolü çimento sektöründe bir uygulama, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | | 2017 | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 17. | | | | | | | | | KARAÖMERLİOĞLU DENİZ, (2017). Pazarlama karması elemanlarının marka değerine etkisi, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 18. | | | | | | | | | BİZTATAR HAZAL, (2017). Olumsuz elektronik ağızdan ağıza pazarlama iletişimine etki eden faktörler: Z kuşağı tüketicilerinin görüşlerini belirlemeye yönelik bir araştırma, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | | 2016 | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 19. | | | | | | | | | GÜNGÖR YELDA, (2016). Marka kişiliği algısı ve menşe ülke etkenlerinin tüketici etnosentrizmi üzerindeki etkisi: Starbucks & Kahve Dünyası örneği, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 20. | | | | | | | | | GÜNER ÖZGE, (2016). Sosyal medya ve ağlarda viral pazarlama etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 21. | | | | | | | | | YOLAÇAN ZEYNEP BERİL, (2016). Televizyon reklamlarında ünlü kullanımı ve y kuşağı tüketicilerinin satın alma niyetlerine etkisi: Mavi jeans örneği, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | | 2015 | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 22. | | | | | | | | | ŞAHİN GÜLHAN, (2015). Termal turizm işletmelerinde konaklayan müşterilerin medeni durum ve cinsiyet değişkenlerine dayalı olarak memnuniyetlerinin belirlenmesi: Antakya ilçesi oteller örneği, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 23. | | | | | | | | | BOYMUL EBRU, (2015). İş tatmini ve örgütsel bağlılığın tükenmişlik üzerindeki etkisi: Bir sanayii kuruluşunda alan çalışması, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | | 2014 | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 24. | | | | | | | | | ŞAHİNDAL ELİF, (2014). Kız çocuklarının gözünde aile şirketinde çalışmak: Bir alan araştırması, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 25. | | | | | | | | | GENÇ MERVE, (2014). Geleneksel ve web online mağazalardan ürün satın alımlarında tüketici tutumları, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | | 2013 | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 26. | | | | | | | | | ÇERÇEL SEDA, (2013). Organize sanayi bölgelerinde dış ticaret sorunları: Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi'nde bir uygulama, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | 27. | | | | | | | | | ARSLAN KERİM, (2013). Ortaöğretim okullarında kurum imajına yönelik yönetici ve öğretmen algısı: Mersin ili örneği, Çağ Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | **Projelerde Yaptığı Görevler:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesi Müşteri Memnuniyeti ve Bağlılık İlişkisi Devlet Özel ve Üniversite Hastaneleri Karşılaştırılması, BAP, Araştırmacı, 2010-2012 (ULUSAL) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |
|  | |  | 1. | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | | Horizon 2020 PRE-BREEDING STRATEGIES FOR OBTAINING NEW RESILIENT AND ADDED VALUE BERRIES , Avrupa Birliği, Yardımcı Personel:EDA YAŞA ÖZELTÜRKAY, , 01/01/2021 (Devam Ediyor) (ULUSLARARASI) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |
|  | |  | 2. | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | | **İdari Görevler** | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | |  |
|  | |  |  | | |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/MESLEK YÜKSEKOKULU | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | | MYO/Yüksekokul Müdürü | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | | 26.07.2022 | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/KARİYER GELİŞTİRME UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | | Arş. Uyg. Merkezi Müdürü | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | | 2020 | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | | Kalite Kurulu Üyeliği | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | | 2018 | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | | Staj Komisyonu Üyeliği | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | | 2013 | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/REKTÖRLÜK | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | | Öğrenci Dekanı | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | | 03.09.2012-30.12.2021 | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/SOSYAL SORUMLULUK ARAŞTIRMALARI UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | | Üye | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | | 01.09.2015-14.08.2020 | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/HALKLA İLİŞKİLER BÖLÜMÜ/HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİM DALI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | | Anabilim Dalı Başkanı | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | | 2012-2015 | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  | ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/MESLEK YÜKSEKOKULU/PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | | Program Başkanı | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | | 2009-2011 | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | | **Bilimsel Kuruluşlara Üyelikler** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | | 1. | | | | | | | | | | | | Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği, Üye , 2011 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | | **Ödüller** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | | 1. | | | | | | | | | | | | Group Study Exchange , Uluslararası Rotary, AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ, 2010 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | | 2. | | | | | | | | | | | | İşletme Yönetimi Yüksek Lisans Dönem birincisi, ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ, 2006 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | | **Dersler \*** | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | | Öğrenim Dili | | | | Ders Saati | |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  | **2022-2023** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | **Lisans** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | | Entrepreneurship in international Trade | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | İngilizce | | | | 3 | |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | | Human Resources Management | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | İngilizce | | | | 3 | |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | **Yüksek Lisans** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | | Pazarlama Yönetimi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Türkçe | | | | 3 | |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  | **2021-2022** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | **Lisans** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | | Business Research Methods | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | İngilizce | | | | 3 | |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | | Contemporary Marketing Issues | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | İngilizce | | | | 3 | |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | | Human Resources Management | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | İngilizce | | | | 3 | |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | | Customer Relationship Management | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | İngilizce | | | | 3 | |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | | Entrepreneurship seminers | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | İngilizce | | | | 3 | |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  | **Yüksek Lisans** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | | Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Türkçe | | | | 3 | |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  |  |  |  |  |  | | | | | |  | | |  |
|  | |  | | | | | |  |  |  | |  | |  | | | |  | | | | | |  |  | | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  | 4 | | | | | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  | **Doktora** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | | Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Türkçe | | | | 3 | |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | **2020-2021** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  | **Lisans** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | | Fakülteye oryantasyon | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Türkçe | | | | 2 | |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | | Human Resources management | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | İngilizce | | | | 3 | |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | | Customer Relationship Management | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | İngilizce | | | | 9 | |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  | **Yüksek Lisans** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | | Sağlık Kurumlarında Pazarlama | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Türkçe | | | | 3 | |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | | bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Türkçe | | | | 3 | |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | **Eserler** | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | **Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | YALÇINTAŞ DENİZ, GÜLMEZ MURAT, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2021). Türkiye’de Sürdürülebilirlik Konusunda Yazılan Lisansüstü Tezlerin İçerik Analizi ile İncelenmesi. Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar, 5(2), 50-58. (Yayın No: 7683124) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 1. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | KAVOURA ANDRONIKI, BOZYİĞİT SEZEN, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2020). Turkish and Greek gift purchase behaviour and advertisement on traditional and online media communication tools based on gender differences. International Journal of Technology Marketing, 14(1), 1-21. (Yayın No: 6261721) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 2. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | BİZTATAR HAZAL, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, YALÇINTAŞ DENİZ (2019). Olumsuz Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama İletişimine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Z kuşağı Örneklemi. Journal of Yaşar University, 14, 115-123., Doi: 10.19168/jyasar.621096 (Yayın No: 7002198) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 3. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,ÖZEKENCİ EMRE KADİR,YALÇINTAŞ DENİZ (2019). Determining the Factors that Affect Entrepreneurial Intention: A research on University Students. Gençlik Araştırmaları Dergisi, 7(18), 41-54. (Yayın No: 5189336) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 4. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | YALÇINTAŞ DENİZ,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2019). Üniversite Öğrencilerinin Spor Ayakkabı Marka Tercihlerinde Algıladıkları Marka Değerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 12(8), 794-821., Doi: 10.26466/opus.583770 (Yayın No: 5284656) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 5. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | YALÇINTAŞ DENİZ,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2018). Teknoloji Çocuklarının Akıllı Perakendecilik Uygulamalarına İlişkin Deneyim ve Beklentilerini Belirlemeye Yönelik Keşifsel Bir Çalışma. Gençlik Araştırmaları Dergisi, 6(15), 135-159. (Yayın No: 5210958) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 6. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | CANOĞLU MELTEM,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2018). Popüler Kültür, Batıl İnançlar Ve Fal Baktırmak: Müşteri Görüşlerinin Belirlenmesi Üzerine Keşifsel Bir Çalışma. Çağ Universitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15(2), 1-11. (Yayın No: 5189356) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 7. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,BOZYİĞİT SEZEN (2017). Postmodern Tüketim Ekseninde Çocuk Doğum Günü Kutlamaları: Keşifsel Bir Araştırma. akademik araştırmalar ve çalışmalar dergisi, 9(17), 155-166. (Yayın No: 3699495) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 8. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,BOZYİĞİT SEZEN,GÜLMEZ MURAT (2017). Instagram’dan Alışveriş Yapan Tüketicilerin Satın Alma Davranışları: Keşifsel Bir Çalışma. Öneri Dergisi, 12, 175-198., Doi: 10.14783/maruoneri.vi.331668 (Yayın No: 3699387) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 9. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | BOYMUL EBRU,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2017). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığın Tükenmişlik Sendromu Üzerindeki Etkisi: Bir Sanayii Kuruluşunda Uygulama. Journal of Yasar University, 12(46), 93-102. (Yayın No: 3497573) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 10. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | DOĞAN SÜDAŞ HATİCE,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2016). Tüketicilerin Konut Satın Alım Sürecine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Adana İlinde Pilot Bir Uygulama. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25(3), 31-40. (Yayın No: 2912604) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 11. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,BOZYİĞİT SEZEN,GÜLMEZ MURAT (2016). Determining Motives Of Mothers Who Purchase Healthy Snacks For Their Children A Phenomenological Study. International Journal of Health Management and Tourism, 1(2), 17-36. (Yayın No: 2912617) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 12. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,BOZYİĞİT SEZEN (2015). Y Kuşağı Tüketicilerinin Hediye Verme Güdüleri ile Geleneksel ve Dijital Medyadaki Reklamlardan Etkilenmeleri Arasındaki İlişki. Akademik Sosyal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 13. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  |  |  | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | | | | |  | | | | | | | | | | | |  | |  | | | | | |  | |  | |  | 5 | | | | | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | **Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | Araştırmalar Dergisi, 3(21), 275-290. (Yayın No: 2821915) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | GENÇ MERVE,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2015). Geleneksel ve Online Mağazalardan Ürün Satın Alım Süreçlerinde Tüketici Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(2), 303-318. (Yayın No: 1580029) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 14. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | ELİF ŞAHİNDAL,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2015). Kız Çocuklarının Gözünde Aile Şirketlerinde Çalışmak Bir Alan Araştırması. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(15), 54-69., Doi: http://dx.doi.org/10.16992/ASOS.738 (Yayın No: 1541342) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 15. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | BOZYİĞİT SEZEN,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2015). Ailenin Rol Model Alınmasının ve Aile Desteğinin Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi. Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(1), 59-79. (Yayın No: 1541349) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 16. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | SEDA ÇERÇEL,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2014). Organize Sanayi Bölgelerinde Faaliyet Gösteren Firmaların Karşılaştıkları İhracat Engelleri Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(2), 271-286. (Yayın No: 1274572) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 17. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,MUCAN BURCU (2014). How Turkish Banks Benefit From Social Media Analyzing Banks Formal Links. International Journal of Strategic Innovative Marketing, 1(2), 120-129., Doi: 10.15556/IJSIM.01.02.005 (Yayın No: 1589779) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 18. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | YAŞA EDA,BOZYİĞİT SEZEN (2012). Y Kuşağı Tüketicilerinin Cep Telefonu ve GSM Operatörleri Tercihi Mersin İlindeki Üniversite Öğrencilerinin Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Pilot Bir Araştırma. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,, 9(1), 29-46. (Yayın No: 1274597) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 19. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | YAŞA EDA,MUCAN BURCU (2010). Yaşlılar ve Tüketim Literatür Araştırması. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(14(2)), 1-16. (Yayın No: 1274548) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 20. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | HASEKİ MURAT İSMET,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2010). Tüketicileri E alışverişe Yönlendiren Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Pilot Araştırma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(3), 211-224. (Yayın No: 1274551) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 21. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | **B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler :** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | MUCAN BURCU,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2013). Social Media Creates Competitive Advantages How Turkish Banks Use This Power A Content Analysis of Turkish Banks through their Webpages. 2. International Conference on Strategic Innovative Marketing, 148, 137-145., Doi: 10.1016/j.sbspro.2014.07.027 (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1558963) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 1. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | DOĞAN SÜDAŞ HATİCE,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2014). Analyzing the Thoughts of Ecological Footprints of University Students A Preliminary Research on Turkish Students. 3. International Conference On Strategic Innovative Marketing, 175, 176-184., Doi: 10.1016/j.sbspro.2015.01.1189 (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:1600532) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 2. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | GÜLMEZ MURAT, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2020). Ekolojik ve Sosyal Bilinçli Tüketici Ölçeğinin Türk Tüketicilerle Geçerliliğinin Test Edilmesi. 5.Uluslararası EMI Girişimcilik &amp; İletişim Sosyal Bilimler Kongresi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:6878605) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 3. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | DOĞRUL ÜMİT, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2020). Kullanıcıların Instagram Hikâye Kullanım Nedenlerinin Belirlenmesi: Y ve Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma. 5.Uluslararası EMI Girişimcilik &amp; İletişim Sosyal Bilimler Kongresi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:6878632) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 4. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | DEMİREZ DİLARA, GÜR DUYGU, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2020). Finans Dünyasında Bir Yenilik: Açık Bankacılık Kavramı Ve Bankacılık Sektörü Üzerindeki Olası Etkileri Üzerine Bir Literatür Taraması. 4. Uluslararası Akdeniz Sempozyumu (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:6878663) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 5. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | SABAH ÇELİK ŞENAY, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2022). Çevresel Değerler, Benlik ve Kişisel Normların Sürdürülebilir Tüketim Eğilimi ve Ödamonik Mutluluk Üzerindeki Etkisi. PPAD 26. Pazarlama Kongresi, 835-849. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7857705) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 6. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, YALÇINTAŞ DENİZ, OĞUZ SUZAN (2022). Paylaşımlı Elektrikli Scooter (E-Scooter) Kullanımı Üzerine Pilot Bir Çalışma. PPAD 26.Pazarlama Kongresi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7725382) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 7. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | Biztatar Hazal,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,YALÇINTAŞ DENİZ (2019). Olumsuz Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama İletişimine EtkiEden Faktörlerin Belirlenmesi: Z kuşağı Örneklemi. Business and Organization Conference, 311 (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5400563) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 8. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | SATROVIC ELMA,MUSLIJA ADNAN,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2019). Renewable Energy Matters for Tourism Industry in BRICSTURKEY Countries. 8. ICSIMAT Conference (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5189318) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 9. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | YALÇINTAŞ DENİZ,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2019). Üniversite Öğrencilerinin Spor Ayakkabı Marka Tercihlerinde Algıladıkları Marka Değerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi. 18. Uluslararası İşletmecilik Kongresi (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5189292) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | | 10. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,DOĞRUL ÜMİT,ÖZBEK HAZAL EZGİ,KOÇAK GİZEM (2019). Tüketicilere Sunulan Sosyal Destek ve İlişki Kalitesinin Marka Ortak Yaratma Sürecine Etkisi: Pilot Bir Araştırma. 18.Uluslararası İşletmecilik Kongresi, 363-368. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5189282) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 11. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | GÜLMEZ MURAT,DEMİRCİ HATİCE NURSENA,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2018). A case study through influencer marketing interview with an instagram food blogger "Ender mutfakta". The Second International Congress on Future of Tourism: Innovation,Entrepreneurship and sustainability (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4464069) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 12. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | DOĞRUL ÜMİT,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,özeltürkay ahmet hilmi (2018). Fast Food-“Hızlı Yiyecek” Restaurantlarını Ziyaret Eden Öğrencilerin Tekrar Ziyaretlerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Pilot Bir Çalışma”,. II. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi, 2(1), 156-176. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5189301) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 13. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | CANOĞLU MELTEM,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2018). Batıl İnançlarin Tüketime Etkisi: Fal-Kafelere Giden Müşteri Profilinin Belirlenmesi Üzerine Keşifsel Bir Çalişma. II. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi / 2nd International Congress on Multidisciplinary Studies (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4303325) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 14. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,YARIMOĞLU EMEL (2017). How and why consumers use social media: A qualitative study based on user-generated media and usesgratifications theory. 22. Marketing Congress (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5298065) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 15. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | YARIMOĞLU EMEL,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2017). “How Hotels use social media A Facebook example for Green key awarded hotels. 3rd International Annual conference on Business Research and Management practices in global environment, (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5189297) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 16. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | YOLAÇAN ZEYNEP BERİL,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,GÜLMEZ MURAT (2016). CSR in Turkish Science A content analysis of Turkish dissertations on Corporate Social Responsibility CSR. 7th International Conference on Governance Fraud Ethics and Corporate Social Responsibility (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2927377) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 17. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | KURŞUNLUOĞLU YARIMOĞLU EMEL,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2016). Çevrimiçi Tüketici Görüşlerinin Etkiler hiyerarşisi İle İncelenmesi DAISAMS Modeli Önerisi. 21. Pazarlama kongresi (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2912611) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 18. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,BOZYİĞİT SEZEN,GÜLMEZ MURAT (2016). Analyzing College Students Ethics Perceptions A Pilot Study At A Foundation Unıversity in Turkey. 15.International Marketing Trends Congress (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2821919) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 19. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,DOĞAN SÜDAŞ HATİCE (2015). Calculation of the University Student s Ecological Footprint Size A Pilot Research on Students Living in Adana. 2nd Biannual International Social Business (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1541370) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 20. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | YAŞA EDA,MUCAN BURCU (2013). Turkish Companies Value Creation Through Social Media Tools Analyzing Of Fortune 100 Turkey. 12. International Marketing Trends Conference (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1590105) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 21. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | AKKAN ERDEM,BOZYİĞİT SEZEN,YAŞA EDA (2012). E Service Quality In Logistics Services A Preliminary Research On Determining The Dimensions And Attributes Of Utikad Members Websites. 10. International Logistics & Supply Chain Congress (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1274599) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 22. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | DEMİRCİ OREL FATMA,YAŞA EDA (2012). Importance Of Medical Tourism A Preliminiary Research On A Class Hospitals Websites İn Turkey. 11. International Marketing Trends Conference (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1590147) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 23. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | YAŞA EDA, MUCAN BURCU (2012). Food Shopping Difficulties For Older Consumers Perspective Of Food Retailing Staff In Turkey. 11. International Marketing Trends Conference (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:1590175) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 24. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | | MUCAN BURCU,YAŞA EDA (2011). The Food Shopping Experience Of Older Consumers In Turkey Using The Critical Incident Technique. 10. International Maketing Trends Conference (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1595440) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | | 25. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | | **C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:  C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | | A'dan Z'ye Satış ve Satış yönetimi, Bölüm adı:(Pazarlama ve Satış Anlayışı, Temel Kavramlar) (2022)., GÜLMEZ MURAT, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, NOBEL, Editör:AKİF ÇAKIRER, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 368, ISBN:9786254176654, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7743249) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  | 1. | | | | | | | |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | | Pazarlamada Fiyat: Kavramlar ve örnek olaylar, Bölüm adı:(Referans Fiyat) (2022)., YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, YALÇINTAŞ DENİZ, Gazi Yayınevi, Editör:Kalender Özcan aTILGAN, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 264, ISBN:9786258413380, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7743246) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  | 2. | | | | | | | |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | | Örnel Olaylarla Dijital Pazarlama Yönetimi, Bölüm adı:(sosyal Medya Pazarlaması) (2022)., YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, Yuksel Cemre, Gazi, Editör:Akkan,Erdem, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  | 3. | | | | | | | |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | |  |  |
|  | |  | | | | |  |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 7 | | | | | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | 180, ISBN:9786258275872, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7934065) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | Pazarlama Teorileri, Bölüm adı:(Sosyal Destek Teorisi) (2021)., YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, Mediacat, Editör:Yağçı, İsmail; Çabuk,Serap, Basım sayısı:1, ISBN:9786052314470, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7109816) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 4. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | Tüketimin Öteki Yüzü, Bölüm adı:(Bandwagon Etkisi) (2021)., GÜR DUYGU, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, Gazi, Editör:Sezen Bozyiğit, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 217, ISBN:978-625-8494-28-0, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 7684093) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 5. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | Understanding the consumer behavior during covid-19 pandemic, Bölüm adı:(Reciprocal Determinism and Covid 19) (2021)., YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, ÖZBEK HAZAL EZGİ, Akademisyen, Editör:Gulmez,M., Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 202, ISBN:9786257679336, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7109817) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 6. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | Tüketimin Öteki Yüzü, Bölüm adı:(Snob Etkisi) (2021)., YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, SAĞTAŞ SAADET, Gazi Yayınevi, Editör:Sezen bozyiğit, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 218, ISBN:9786258494280, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7270912) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 7. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | Strategic Innovative Marketing and Tourism, Bölüm adı:(Renewable Energy Matters for Tourism Industry in BRICS Plus Turkey Countries) (2020)., SATROVIC ELMA, MUSLIJA ADNAN, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, Springer, Editör:Kavoura A., Kefallonitis E., Theodoridis P., Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 10, ISBN:978-3-030-36126-6, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6878568) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 8. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | Agroecological Footprints Management for Sustainable Food System,, Bölüm adı:(Determining the Perspective of Turkish Students Ecological Footprint Awareness Based Upon a Survey) (2020)., ÖZGÜR GÜLER EBRU, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, ÖZEKENCİ EMRE KADİR, Springer Nature, Editör:Banerjee, A., Meena, R.S., Jhariya, M.K., Yadav, D.K., Basım sayısı:1, ISBN:978-981-15-9495, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6878416) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 9. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | İnovasyon ve pazarlama, Bölüm adı:(Ürün inovasyonu) (2020)., YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, Gazi Yayınevi, Editör:Yılmaz,O:; Zeren,D., Basım sayısı:1, ISBN:9786257045957, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6878505) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 10. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | İletişim Güncel Gelişmeler, Bölüm adı:(Kullanıcıların Instagram Hikâye Kullanım Nedenlerinin Belirlenmesi: Y ve Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma) (2020)., DOĞRUL ÜMİT,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, Akademi Titiz, Editör:Karadal,H.,Sine Nazlı,R.;Bal,E., Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 358, ISBN:978-605-7604-29-3, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6719268) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 11. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | Perakende Yönetimi Stratejik bir yaklaşım, Bölüm adı:(Mağaza Bazlı Strateji Karmasına Göre Perakendecilik (Bölüm 5)) (2019)., GÜLMEZ MURAT,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, Nobel, Editör:USTAAHMETOĞLU, Erol, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 20, ISBN:978-605-7928-89-4, Türkçe(Kitap Tercümesi), (Yayın No: 5189299) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 12. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | A’xxdan Z’xxye Mobil Pazarlama, Bölüm adı:(Mobilite ve Mobil Pazarlama) (2019)., YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, Beta, Editör:Ruziye COP Oya ERU, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 203, ISBN:9786052425077, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 5509425) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 13. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi (1955-2015), Bölüm adı:(Lisansüstü Tezler: Yüksek Lisans ve Doktora Tezlerinin Analizi (1990-2014)) (2016)., YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,KURŞUNLUOĞLU EMEL,BARUÖNÜ LATİF FATMA ÖZGE, Beta, Editör:Babacan Muazzez, Basım sayısı:1, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 1643737) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 14. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi (1955 -2015), Bölüm adı:(Türkiye'deki Üniversitelerin Lisansüstü ( yüksek lisans) Programlarında Yeralan Pazarlama Derslerinin Dağılımı ) (2016)., MUCAN BURCU,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, Beta, Editör:Babacan Muazzez, Basım sayısı:1, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 1643801) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 15. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | | Pazarlama Teorileri, Bölüm adı:(Sosyal Ağlar Teorisi) (2014)., YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, MediaCat, Editör:Mehmet İsmail YAĞCI; SERAP ÇABUK, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 23, ISBN:9786054584536, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 1274609) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | 16. | | | | | | | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | | **D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, KOÇAK GİZEM, ÖZBEK HAZAL EZGİ, ÖZAKIN MISRA, ARIK GİZEM (2022). Web çekiciliği, web kalitesi ve hedonik alışveriş değerinin çevrimiçi satın alma kararına etkileri. Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), 56-69. (Kontrol No: 7857753) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | | 1. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | | ÖZBAY MELTEM, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2022). Z KUŞAĞININ FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN ÖLÇÜLMESİ: ADANA İLİ ÖRNEĞİ. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (Kontrol No: 7934483) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | | 2. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | | DEMİREZ DİLARA, GÜR DUYGU, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2021). Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşüm: Açık Bankacılık ve Uygulamalarına İlişkin Kavramsal Bir Araştırma. Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(1) (Kontrol No: 7109820) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | | 3. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | | DOĞRUL ÜMİT, ÖZELTÜRKAY AHMET HİLMİ, YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2020). Fast Food Restoranlarını Ziyaret Eden Tüketicilerin Tekrar Ziyaretlerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | | 4. | | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |  | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | |  | | | | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 8 | | | | | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | | **D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | Üniversite Öğrencileri Üzerine Pilot Bir Çalışma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 29(4), 70-91., Doi: 10.35379/cusosbil.747398 (Kontrol No: 6780651) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | YALÇINTAŞ DENİZ,DOĞRUL ÜMİT,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2020). Tüketicilerin İşbirlikçi Tüketim Çerçevesinde Paylaşım Niyetlerini Etkileyen Motivasyonların Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 0(1), 506-528., Doi: 10.18070/erciyesiibd.846588 (Kontrol No: 6719200) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | | 5. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,YARIMOĞLU EMEL (2019). How and why consumers use social media: A qualitative study based on user-generated media and usesgratifications theory. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 28(1), 142-161. (Kontrol No: 5298115) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | | 6. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,BOZYİĞİT SEZEN,GÜLMEZ MURAT (2018). Analyzing College Students’ Ethics Perceptions : A Pilot Study At A Foundation University In Turkey,. Journal of Cukurova University Faculty of Economics and Administrative Sciences, 22(2), 229-243. (Kontrol No: 5189307) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | | 7. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | YOLAÇAN ZEYNEP BERİL,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2018). Televizyon Reklamlarında Ünlü Kullanımı: Kaynağın Çekiciliği, Güvenilirliği ve Uzmanlığının Bireylerin Davranışsal Niyetleri (Olumlu AAP ve Marka Bağlılığı) Üzerindeki Etkisi. Pazarlama teorisi ve uygulamaları dergisi, 4(2), 231-252. (Kontrol No: 5189305) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | | 8. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | KURŞUNLUOĞLU YARIMOĞLU EMEL,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2017). Çevrimiçi Tüketici Görüşlerinin AIDMSAS Etkiler Hiyerarşisi Modeli ile İncelenmesi:Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 10(20), 135-153. (Kontrol No: 3575321) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | | 9. | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | | **E. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | YAĞCI MEHMET İSMAİL,DOĞRUL ÜMİT,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2019). Fiyat İndirimlerinin Satın Alma Niyetine Etkisi: Özel Olay ve Kıtlık Mesajlarının Düzenleyici Rolü. 24. Pazarlama Kongresi, 78-87. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5189293) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 1. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | ŞAHİN AYŞE,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,DOĞRUL ÜMİT (2018). Akıllı Saatlerin Satın Alınma Nedenlerini Belirleyen Faktörler: Keşifsel Bir Çalışma. 23. Pazarlama Kongresi, 536-541. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4464101) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 2. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | BOZYİĞİT SEZEN,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA (2016). Post Modern Tüketim Ekseninde Çocuk Doğum Günü Kutlamaları: Keşifsel Bir Araştırma,. 15.Ulusal İşletmecilik Kongresi, 203-203. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3497619) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 3. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA, BOZYİĞİT SEZEN, GÜLMEZ MURAT (2015). Instagramdan Alışveriş Yapan Tüketicilerin Profillerini ve Satın Alma Davranışlarına Etki Eden Faktörleri Belirlemeye Yönelik Keşifsel Bir Çalışma. 20.Ulusal Pazarlama Kongresi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:1541371) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 4. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,Ebru Boymul (2015). İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Medya Araçlarının Rolü Çukurova Bölgesinde Pilot Bir Araştırma. 14. Ulusal İşletmecilik Kongresi (Özet Bildiri/)(Yayın No:1541373) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 5. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,DOĞAN SÜDAŞ HATİCE (2015). Tüketicilerin Konut Satın Alım Sürecine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi Adana İlinde Pilot Bir Uygulama. 14.Ulusal İşletmecilik Kongresi (Özet Bildiri/)(Yayın No:1511394) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 6. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | GÜLMEZ MURAT,YAŞA ÖZELTÜRKAY EDA,SAĞTAŞ SAADET (2014). Avapreneurship (Avatar Girişimcilik): Second Life Sanal Yaşam dünyasında Girişimcilik sürecine ilişkin bir süreç önerisi. Yönetim Bilişim Sistemleri Kongresi- Boğaziçi Üniversitesi, 2(1125), 16-29. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3497637) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 7. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | BOZYİĞİT SEZEN,YAŞA EDA (2012). Araştırmacıların Pazarlama Alanına Bilimsel Katkıları Pazarlama Konusunda Yapılan Lisansüstü Tezlere İlişkin Bir Araştırma. 17. Ulusal Pazarlama Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1274601) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 8. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | BOZYİĞİT SEZEN,YAŞA EDA,DENİZ ÖZYÖRÜK (2011). Y Kuşağı Tüketicilerinin Sms Reklamlarına Yönelik Tutumları Mersin İlindeki Üniversite Öğrencilerinin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Pilot Bir Araştırma. 16. Ulusal Pazarlama Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1274600) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 9. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | YAŞA EDA,HASEKİ MURAT İSMET (2009). Tüketicilerin E Perakendeciliğe İlişkin Tutumlarının Tespitine Yönelik Bir Araştırma Çukurova Bölgesi Üniversitelerinde Bir Pilot Uygulama. 14. Ulusal Pazarlama Kongresi, 209-217. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1589998) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 10. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | YAŞA EDA,HASEKİ MURAT İSMET (2008). Sürdürülebilir Satış ve Etik Çukurova Bölgesinde Yer Alan İlaç Dağıtım Firmalarında Çalışan Tıbbi Satış Mümessillerinin Satıştaki Etik Tutum Ve Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, 13-27. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1589964) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 11. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | TÜRKEL SÜLEYMAN,YAŞA EDA (2006). Aile İşletmeleri ve Kurumsallaşma Süreci Mersin İli Örneği . 2. Aile İşletmeleri Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1589908) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 12. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 9 | | | | | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | |  | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | **F. Sanat ve tasarım etkinlikleri :** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | Uluslararası, WORKSHOP /Workshop yöneticiliği /, 13.09.2013-17.09.2013, Competitive Marketing Strategies in a Global World, Praq, Çek Cumhuriyeti, (No: 31342) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | | 1. | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | |  | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | **Editörlük** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | |  | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | 1. | | | | | | | | | | | |  | | |  | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (Alan endeksleri), Dergi, Yrd. Editör, Çağ Üniversitesi, 01.01.2020 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | |  | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2. | | | | | | | | | | | |  | | |  | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (Diğer endeksler), Dergi, Editör, Çağ Üniversitesi, 01.07.2022 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | |  | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | **Üniversite Dışı Deneyim** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2016-2016 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | TArsus Ticaret borsası, Tarsus Ticaret Borsası üyelerine, personeline ve uygulamalı girişimcilik eğitimi alan öğrencilere, “Takım Çalışması”, “Beden Dili”, "Telefonla Görüşme", “Sosyal Medya ve İletişim”, “Filiz Şirketler için Pazarlama İletişim ve Takım Çalışması” , “Müşteri İlişkileri Yönetimi”, “Kurumsal İmaj ve Halkla İlişkiler” seminerler verdi., (Kamu) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | |  | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2016-2016 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | ÜSAM-ADANA, TÜBİTAK tarafından desteklenen ve Adana ÜSAM tarafından yürütülen MENTOR-SEA Projesi kapsamında "Fikri Mülkiyet Hakları Ve Ticarileştirilmesi” eğitimini verdi, (Kamu) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2015-2015 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | ÜSAM-ADANA, Adana ÜSAM- Üniversite- Sanayi Araştırma Merkezi MENTOR SEA eğitimlerinden FMH ticarileştirilmesi eğitimi verildi., (Kamu) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2015-2015 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Roberts Cafe, Adana, Kafe çalışanlarına yönelik 3 saatlik müşteri ilişkileri yönetimi eğitimi verildi., (Ticari (Özel)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2015-2015 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | ÜSAM-Adana, Üniversite- Sanayi Araştırma Merkezi BiggSEA Girişimcilik programı kapsamında Hızlı Geliştir Eğitimi : filiz Şirketler için pazarlama., (Kamu) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2015-2015 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Mersin Kent Konseyi, " Lider Kadın Olmak" projesi kapsamında iş kadınlarına 2 saatlik iş hayatında kadının yeri ve yetki devri eğitimi verildi., (Mesleki Dernekler) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2015-2015 | | | | | | | | | | | | | | | **Analiz ve Raporlama** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Büyük ölçekli özel bir şirket, Adana, İç müşteri memnuniyet düzeyini belirlemek için anket formları aracılığıyla veriler toplanmış olup veri analizi , raporlanması ve üst yöneticilere sunumu gerçekleşmiştir., (Ticari (Özel)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2012-2012 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Hakan Lojistik, Mersin, Şirket üst düzey çalışanlarına 3 saatlik zaman yönetimi eğitimi verildi., (Ticari (Özel)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2012-2012 | | | | | | | | | | | | | | | **Moderatör** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Etik Danışmanlık, Philips Küçük ev aletleri pazarı için yeni ürün araştırmasında yer alan ve Adana'da yaşayan altı kadın ile görüşmeler yapıldı ve raporlandı., (Ticari (Özel)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2012-2012 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Petrotürk Mersin, Şirket idari kadro çalışanlarına 3 saatlik iletişim ve Beden dili eğitimi verildi., (Ticari (Özel)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2011-2011 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Tarsus Ticaret ve Sanayi Odası, Tarsus Ticaret Odası'na kayıtlı şirketlerin çalışanlarına 3 saatlik etkili satış ve iletişim eğitimi verildi., (Kamu) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2011-2011 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Adana BSK Metropark Hastanesi, Hastane çalışanlarına 2 saatlik sağlık sektöründe hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti eğitimi verildi., (Ticari (Özel)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2011-2013 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Aras Kargo, Aras Kargo Saha Eğitimleri Kapsamında yetkililer ve kuryeler için kişisel imaj, miyon vizyon ve temel hedefleri belirleme, iletişim, takım çalışması, satış ve müşteri ilişkileri yönetimi ve zaman yönetimi eğitimleri verildi., (Ticari (Özel)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | |  | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | | 2011-2011 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | | Mersin Yenişehir İlçe Tarım Müdürlüğü, "Özgür Düşün Girişimci Ol" projesi Kapsamında Çiftçi Kadınlara 3 saatlik pazarlama eğitimi verildi., (Kamu) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | |  | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | |  | |  | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | |  |  | | |  | | | | | | | | | |  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | 10 | | | | | | | | | | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  | | | |  |
|  | | 2011-2011 | | | | | | | | | | | | | | | **Eğitmen** | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  | | | |  |
|  | | Adana Acıbadem Hastanesi, Hastane çalışanlarına 2 saatlik sağlık sektöründe hizmet kalitesi ve hasta memnuniyeti süreci eğitimi., (Ticari (Özel)) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |  | | | |  |
|  | |  | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | 11 | | | | | | | | | | | | |  |