

# Prof. BAYRAM ZAFER ERDOĞAN

## Personal Information

**Office Phone:** [+90 222 335 0580](tel:+902223350580) Extension: 2547

**Email:** [bzerdogan@anadolu.edu.tr](mailto:bzerdogan@anadolu.edu.tr)

**Web:** <https://avesis.anadolu.edu.tr/bzerdogan>

## International Researcher IDs

ScholarID: -sSA8MQAAAAJ

ORCID: 0000-0002-2147-7356

Publons / Web Of Science ResearcherID: AAX-1338-2020

ScopusID: 9637164400

Yoksis Researcher ID: 6143

## Education Information

Doctorate, University of Strathclyde, Strathclyde Faculty of Business, Department of Marketing, England 1997 - 2000

Postgraduate, University of Hartford, Barney School of Business, United States Of America 1994 - 1996

Undergraduate, Anadolu University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 1988 - 1992

## Foreign Languages

English, C2 Mastery

## Dissertations

Doctorate, Constructing A Practitioner-based Model Of Selecting Celebrity Endorsers, University of Strathclyde, İşletme Fakültesi, 2000

## Research Areas

Marketing, Management of Enterprises, Entrepreneurship and Innovation Management

## Academic Titles / Tasks

Professor, Anadolu University, İŞLETME FAKÜLTESİ, PAZARLAMA BÖLÜMÜ, 2011 - Continues

Professor, Bilecik Seyh Edebali University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2008 - 2011

Associate Professor, Bilecik Seyh Edebali University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2007 - 2008

Assistant Professor, University of Strathclyde, School Of Business, Department Of Marketing, 1999 - 2000

## Academic and Administrative Experience

Dean, Anadolu University, İŞLETME FAKÜLTESİ, 2021 - Continues

Vice Rector, Anadolu University, REKTÖRLÜK, 2020 - 2020

Director of The Institution, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2011 - 2014

Head of Department, Bilecik Seyh Edebali University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2007 - 2011

## Courses

MARKETING THEORY, Doctorate, 2019 - 2020, 2018 - 2019

PAZARLAMA BİLİMİNE TEMEL YAKLAŞIMLAR, Doctorate, 2019 - 2020, 2018 - 2019

PAZARLAMA TEORİSİ, Doctorate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2013 - 2014, 2012 - 2013

Pazarlama Bilimine Temel Yaklaşımlar, Postgraduate, 2017 - 2018, 2012 - 2013, 2011 - 2012

PAZARLAMA YÖNETİMİ, Postgraduate, 2016 - 2017, 2012 - 2013

Marketing Communications, Undergraduate, 2015 - 2016

İşletme Politikası, Undergraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013

İşletme Bilimine Giriş, Undergraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012

Pazarlama İlkeleri, Undergraduate, 2012 - 2013

İşletme Bilimine Giriş, Undergraduate, 2010 - 2011

İşletme Politikası, Undergraduate, 2010 - 2011, 2009 - 2010, 2008 - 2009

## Advising Theses

Erdoğan B. Z., THE ANTECEDENTS, MODERATORS AND EFFECTIVENESS OF TRADITIONAL VERSUS ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH: A SYSTEMATIC REVIEW AND META-ANALYSIS, Doctorate, A.ARIF(Student), 2022

Erdoğan B. Z., A qualitative investigation of charity bazaars within the context of neo-institutional theory, Doctorate, R.KOCAMAN(Student), 2021

Erdoğan B. Z., Anadolu pazar sisteminde alıcı ve satıcı ilişkilerinin analizi, Doctorate, M.SAMİ(Student), 2019

BAYRAM ZAFER E., Sanal topluluklarda pazarlama iletişimi ve sosyal etkileşimin tüketici temelli marka değerine etkisi, Doctorate, T.TORUN(Student), 2013

BAYRAM ZAFER E., Tütün kontrol çalışmaları kapsamındaki yasal uyarıların üniversite öğrencilerinin sigara alışkanlıkları ve reaktans dereceleri üzerine etkisi, Postgraduate, N.TOMRİS(Student), 2012

BAYRAM ZAFER E., Mobbing'in örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi: Kamu sektöründen bir örnek, Postgraduate, İ.ATALAY(Student), 2010

BAYRAM ZAFER E., Statlardaki billboard reklamlarının marka farkındalığı üzerine etkileri: İnönü Stadı örneği, Postgraduate, S.KIZILCA(Student), 2010

BAYRAM ZAFER E., Banka sigortacılığında müşteri değerinin artırılmasına yönelik bir model önerisi, Doctorate, H.YELDA(Student), 2010

BAYRAM ZAFER E., İlişkisel pazarlamada bilgi teknolojilerinin kullanılması ve bağlamsal pazarlama stratejisi, Doctorate, H.ÖZGÜNER(Student), 2010

BAYRAM ZAFER E., Sigara paketlerindeki yazılı mesajların üniversite öğrencilerinin sigara alışkanlıkları üzerine etkileri, Postgraduate, N.AÇIKALIN(Student), 2010

BAYRAM ZAFER E., Ülke imajının turizm tüketici tercihleri üzerindeki etkisi: Türkiye örneği, Postgraduate, M.SERHAT(Student), 2009

BAYRAM ZAFER E., Hedonik tüketim davranışını belirleyen demografik faktörlerin analiz (Eskişehir Yunus Emre Devlet Hastanesi sağlık personeli örneği), Postgraduate, E.AKCA(Student), 2009

BAYRAM ZAFER E., Taşınabilir tehlikeli atıkların bertarafına ilişkin lojistik modelin kurulması, Doctorate, A.TAŞER(Student), 2009

BAYRAM ZAFER E., Ücret politikalarının kamu personelinin motivasyonu üzerine etkisi: Yüksek öğrenim örneği, Postgraduate, O.BAKKAL(Student), 2008

BAYRAM ZAFER E., Organizasyon yapısı ve liderliğin satış gücü performansı üzerindeki etkisi: İlaç sektörü örneği, Doctorate, İ.AKKOÇ(Student), 2008

- BAYRAM ZAFER E., İşletmelerde sosyal sorumluluk: Konaklama sektöründe bir uygulama, Postgraduate, H.BAKIRTAŞ(Student), 2005
- BAYRAM ZAFER E., İnternet bankacılığı hizmetlerinde bireysel müşteriler tarafından algılanan hizmet kalitesine ilişkin bir modelin geliştirilmesi, Doctorate, H.ÇELİK(Student), 2005
- BAYRAM ZAFER E., Örgüt kültürünün iş tatmini üzerine etkisi ve Anatolia Seramik A.Ş.'de uygulaması, Postgraduate, A.AYCAN(Student), 2004
- BAYRAM ZAFER E., İşletmelerde liderlik ve örgüt kültürünün bilgi yönetimine etkilerinin incelenmesine yönelik bir araştırma, Doctorate, İ.PÇİOĞLU(Student), 2004
- BAYRAM ZAFER E., Kurumsal imajın paydaşlar tarafından algılanışı: Altın Çini ve Seramik A.Ş. uygulaması, Postgraduate, H.ÖZKAYA(Student), 2004
- BAYRAM ZAFER E., Tam zamanlı üretim sisteminin porselen, çini ve seramik sektöründe uygulanabilirliği ve Kütahya ilindeki işletmelerde bir uygulama, Postgraduate, A.TAŞER(Student), 2004
- BAYRAM ZAFER E., Türkiye'deki KOBİ'lerin sorunları ve Kütahya çini sektörü üzerine bir uygulama, Postgraduate, K.BÜYÜK(Student), 2003
- BAYRAM ZAFER E., Meslek lisesi öğrencilerinin motivasyonu üzerine bir araştırma Simav ilçesi örneği, Postgraduate, M.KÜÇÜKÇAKIR(Student), 2003
- BAYRAM ZAFER E., İşletmelerde etkin zaman yönetimi ve bir uygulama, Postgraduate, E.TURGUT(Student), 2002

## Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **OPEN AND DISTANCE LEARNING AS A SUSTAINABLE EDUCATION ECOLOGY**  
Hamutoglu N. B., BOZKURT A., ERDOĞAN B. Z.  
CIRCULAR ECONOMY AND SUSTAINABLE LIVING, pp.237-257, 2022 (SSCI)
- II. **Examining the role of country image in the relationship between cuisine image and intention to visit a country**  
Aydin B., ERDOĞAN B. Z., Baloglu S.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH, vol.23, no.4, pp.555-568, 2021 (SSCI)
- III. **Effects of congruence between individuals' and hotel commercials' construal levels on purchase intentions**  
Dogan M., ERDOĞAN B. Z.  
JOURNAL OF HOSPITALITY MARKETING & MANAGEMENT, vol.29, no.8, pp.987-1007, 2020 (SSCI)
- IV. **Transformation in Consumption and Spending Practices in the Post-pandemic Period**  
ERDOĞAN B. Z.  
REFLECTIONS ON THE PANDEMIC IN THE FUTURE OF THE WORLD, pp.489-514, 2020 (SCI-Expanded)
- V. **Effects of ethnocentric tendency on consumers' perception of product attitudes for foreign and domestic products**  
ERDOĞAN B. Z., Uzokurt C.  
CROSS CULTURAL MANAGEMENT-AN INTERNATIONAL JOURNAL, vol.17, no.4, pp.393-406, 2010 (SSCI)
- VI. **Endorsement Practice: How Agencies Select Spokespeople**  
ERDOĞAN B. Z., Drollinger T.  
JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH, vol.48, no.4, pp.573-582, 2008 (SSCI)
- VII. **Increasing mail survey response rates from an industrial population - A cost-effectiveness analysis of four follow-up techniques**  
ERDOĞAN B. Z., Baker M.  
INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT, vol.31, no.1, pp.65-73, 2002 (SSCI)
- VIII. **Selecting celebrity endorsers: The practitioner's perspective**  
ERDOĞAN B. Z., Baker M., Tagg S.  
JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH, vol.41, no.3, pp.39-48, 2001 (SSCI)

## Articles Published in Other Journals

- I. **An overview of social marketing in Türkiye**  
ERDOĞAN B. Z., UMUT M. Ö.  
SOCIAL MARKETING QUARTERLY, 2024 (ESCI)
- II. **Similarity or Diversity Between Fields? The Case of Charity Markets in Türkiye**  
KOCAMAN R., ERDOĞAN B. Z.  
Yönetim ve Organizasyon Araştırmaları Dergisi (Online), vol.9, no.1, pp.1-40, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Does being religious or not matter? A qualitative investigation of community fundraising events**  
KOCAMAN R., ÖZMEN M., ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Enterprising Communities, vol.18, no.2, pp.265-287, 2024 (ESCI)
- IV. **Üniversite Sıralamaları Ne Söyle(me)z? Buz Dağının Görünen ve Görünmeyen Yüzü**  
SARAÇ B., ERDOĞAN B. Z.  
YÜKSEKÖĞRETİM DERGISI, vol.13, no.2, pp.257-271, 2023 (ESCI)
- V. **Kurumsal Kuram'da Örgütsel Alan Kavramı ve Örgütsel Alan Türlerine İlişkin Bir Literatür İncelemesi**  
KOCAMAN R., KOÇ U., ERDOĞAN B. Z.  
ANKARA UNIVERSİTESİ. SIYASAL BİLGİLER FAKULTESİ DERGISI, vol.77, no.1, pp.227-250, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **THE IMPACT OF NOVELTY SEEKING ON INTENTION TO VISIT A COUNTRY: THE MEDIATING ROLE OF OVERALL CUISINE IMAGE**  
Aydın B., ERDOĞAN B. Z., Koc E.  
ADVANCES IN HOSPITALITY AND TOURISM RESEARCH-AHTR, vol.10, no.3, pp.480-500, 2022 (ESCI)
- VII. **A Critical Overview of Social Marketing in Asia**  
Pang B., Deshpande S. A., Nguyen T., Kim J., Almosa Y. A., Arif A., Arli D., Bakpayev M., ERDOĞAN B. Z., Fujihira H., et al.  
SOCIAL MARKETING QUARTERLY, vol.27, no.4, pp.302-323, 2021 (ESCI)
- VIII. **EXPLORING THE IMPACT OF ETHNOCENTRISM ON COUNTRY AND BRAND IMAGE: THE CASE OF PEUGEOT**  
ERDOĞAN B. Z., AYDIN B., Kırmızı D.  
Research Journal of Business and Management, vol.8, no.1, pp.37-50, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **A Longitudinal Study of the Turkish Marketing Academia: What Has Changed and What Has Not in a Decade?**  
ERDOĞAN B. Z., DOĞAN S., İŞLEK M. S.  
YUKSEKÖĞRETİM DERGISI, vol.10, no.3, pp.301-311, 2020 (ESCI)
- X. **Alternative Marketing Ethics Within the Context of the Madinah Markets and Akhi Organizations: The Anatolian Approach**  
ERDOĞAN B. Z., Torlak O., YILMAZ C., ÖZMEN M., İŞLEK M. S.  
TURKISH JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, vol.13, no.2, pp.82-102, 2020 (ESCI)
- XI. **The Third-Person Perception of Sex Appeals in Hedonic and Utilitarian Product Ads**  
EKİCİ N., ERDOĞAN B. Z., Basıl M.  
JOURNAL OF INTERNATIONAL CONSUMER MARKETING, vol.32, no.4, pp.336-351, 2020 (ESCI)
- XII. **The Moderating Role of Celebrity-Product Match-up on the Effect of Identification on Attitude Towards Advertising and Purchase Intention**  
DOĞAN S., ERDOĞAN B. Z.  
ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ İİBF DERGISI-ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, vol.15, no.2, pp.603-623, 2020 (ESCI)
- XIII. **Özdeşleşmenin Reklama Karşı Tutum ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Ünlü-Ürün Uyumunun İhlalaştırıcı Rolü**  
DOĞAN S., ERDOĞAN B. Z.  
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.15, no.2, pp.603-624, 2020 (Peer-Reviewed)

Journal)

- XIV. **Anadolu Yaklaşımı Mümkün mü? Türk Girişimci Biyografi ve Otobiyografileri Üzerine Bir İnceleme**  
İŞLEK M. S., ERDOĞAN B. Z.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.11, no.2, pp.227-258, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Examining Third-Person Perception in Advertisements within the Context of Optimistic Bias: A Comparison of Turkey and Canada**  
EKİCİ N., ERDOĞAN B. Z.  
ISTANBUL BUSINESS RESEARCH, vol.48, no.2, pp.313-334, 2019 (ESCI)
- XVI. **Banka Sigortacılığında Müşteri Değerinin Artırılmasına Yönelik Bir Model Önerisi**  
ŞENER H. Y., ERDOĞAN B. Z.  
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, vol.5, no.1, pp.1-35, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **Religion and Perceptions of the Regulation of Controversial Advertising**  
Wang Z., Deshpande S., Waller D. S., ERDOĞAN B. Z.  
Journal of International Consumer Marketing, vol.30, no.1, pp.29-44, 2018 (ESCI)
- XVIII. **Erdoğan, B. Zafer, F. Zeynep Özata, Semra Doğan Hasan Alp Şaşmaz (2017) "Konum Tabanlı Mobil Swarm Uygulaması Üzerinden Paylaşım Motivasyonlarının İncelenmesi",**  
ERDOĞAN B. Z., ÖZATA F. Z., DOĞAN ÇİFCİ S., Şaşmaz H. A.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.9, no.2, pp.379-400, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **Antecedents and Measurement of Brand Commitment and Behavioural Loyalty**  
DOĞAN ÇİFCİ S., ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Customer Behaviour, vol.15, no.4, pp.321-336, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **Bir İlişkisel Pazarlama Aracı Olarak Bağlamsal Pazarlama Formdaki Web Sitesi Örneği**  
ÖZGÜNER KILIÇ H., ERDOĞAN B. Z.  
İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, vol.5, no.3, pp.460-477, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **Restoranların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Müşteri Bağlılığına Etkisi**  
AYDIN B., ERDOĞAN B. Z.  
Turizm Akademik Dergisi, vol.3, no.1, pp.11-27, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXII. **Uygulamalı Sentez Bir Sosyal Bilim Olarak Pazarlama**  
ERDOĞAN B. Z., DOĞAN S.  
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, vol.1, no.1, pp.1-22, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIII. **Effects of Materialism and Religious Values on Attitudes Towards Cause Related Marketing**  
ERDOĞAN B. Z., TORUN T., GÖNÜLLÜOĞLU S.  
Social Business: An Interdisciplinary Journal, vol.4, no.2, pp.153-168, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIV. **Offensiveness of Advertising with Violent Image Appeal: A Cross-Cultural Study**  
Waller D. S., Deshpande S., ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Promotion Management, vol.19, no.4, pp.400-417, 2013 (Scopus)
- XXV. **Development of Hazardous Waste Management Law in EU and Turkey**  
Taser A., ERDOĞAN B. Z.  
ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITESI IIBF DERGISI-ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, vol.5, no.2, pp.67-84, 2010 (ESCI)
- XXVI. **Corporate Social Responsibility: A Research on Hotels**  
Bakirtas H., ERDOĞAN B. Z.  
ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITESI IIBF DERGISI-ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, vol.5, no.1, pp.97-110, 2010 (ESCI)
- XXVII. **Controversial advertising**  
ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Marketing Communications, vol.14, no.4, pp.247-248, 2008 (Scopus)
- XXVIII. **International celebrities: worldwide surrogate salesforce?**  
ERDOĞAN B. Z.  
Journal for Global Business Advancement, vol.1, no.4, pp.362-369, 2008 (Scopus)
- XXIX. **Death and disgrace insurance for celebrity endorsers: A luxury or necessity?**

- ERDOĞAN B. Z., Drollinger T.  
Journal of Current Issues and Research in Advertising, vol.30, no.1, pp.71-77, 2008 (Scopus)
- XXX. **Controversial Advertising Editorial**  
ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Marketing Communications, vol.14, no.4, pp.247-248, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXI. **Clustering medical journal readership among GPs: Implications for media planning**  
ERDOĞAN B. Z., Deshpande S., Tagg S.  
Journal of Medical Marketing, vol.7, no.2, pp.162-168, 2007 (Scopus)
- XXXII. **Kurumsal İmajın Şirketin Farklı Paydaşları Tarafından Algılanışı Üzerine Bir Araştırma**  
ERDOĞAN B. Z., KAZIM D., GÖNÜLLÜOĞLU S.  
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.15, pp.55-76, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIII. **Advertising of controversial products:a cross-cultural study**  
Waller D. S., Fam K., ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Consumer Marketing, vol.22, no.1, pp.6-13, 2005 (Scopus)
- XXXIV. **Identifying 'Dr Innovator' in the primary care sector in the UK**  
Hart S. J., ERDOĞAN B. Z., Tagg S.  
Journal of Medical Marketing: Device, Diagnostic and Pharmaceutical Marketing, vol.5, no.1, pp.77-84, 2005 (Scopus)
- XXXV. **The influence of religion on attitudes towards the advertising of controversial products**  
Shyan Fam K., Waller D. S., Zafer Erdogan B. Z.  
European Journal of Marketing, vol.38, no.5-6, pp.537-555, 2004 (Scopus)
- XXXVI. **The advertising agency manager's response patterns to a mail survey and follow-ups**  
ERDOĞAN B. Z., Tagg S.  
Marketing Intelligence & Planning, vol.21, no.6, pp.392-399, 2003 (Scopus)
- XXXVII. **Advertising complainants: Who and where are they?**  
Crosier K., ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Marketing Communications, vol.7, no.2, pp.109-120, 2001 (Scopus)
- XXXVIII. **Who We Are and What We Do - 2000**  
Baker M. J., Erdogan B. Z.  
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, vol.16, no.7, pp.679-696, 2000 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIX. **Towards a practitioner-based model of selecting celebrity endorsers**  
ERDOĞAN B. Z., Baker M. J.  
International Journal of Advertising, vol.19, no.1, pp.25-42, 2000 (Scopus)
- XL. **The Risk of Collateral Damage in Advertising Campaigns**  
Crosier K., Hernandez T., Mohabir-Collins S., Erdogan B. Z.  
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, vol.15, no.8, pp.837-855, 1999 (Peer-Reviewed Journal)
- XLI. **Celebrity Endorsement: A Literature Review**  
Erdoğan B. Z.  
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, vol.15, no.4, pp.291-314, 1999 (Peer-Reviewed Journal)
- XLII. **Managerial mindsets and the symbiotic relationship between sponsorship and advertising**  
ERDOĞAN B. Z., Kitchen P. J.  
Marketing Intelligence & Planning, vol.16, no.6, pp.369-374, 1998 (Scopus)
- XLIII. **Getting the Best Out of Celebrity Endorsers**  
ERDOĞAN B. Z., PHILIP K.  
ADMAP, vol.33, no.4, pp.17-20, 1998 (Non Peer-Reviewed Journal)

## **Books & Book Chapters**

- I. **DEĞER OLUŞTURMA VE PAYLAŞIM SÜRECİ OLARAK PAZARLAMA**  
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S., KOCAMAN R.

İstanbul Ticaret Odası, İstanbul, 2023

- II. **Sürdürülebilir Eğitim Ekolojisi Olarak Açık ve Uzaktan Öğrenme**  
HAMUTOĞLU N. B., BOZKURT A., ERDOĞAN B. Z.  
in: Döngüsel Ekonomi ve Sürdürülebilir Hayat, Mehmet Bulut ve Cem Korkut, Editor, Türkiye Bilimler Akademisi, Ankara, pp.237-258, 2022
- III. **Yeni Kurumsal Kuram ve Pazarlama**  
ERDOĞAN B. Z., KOCAMAN R.  
in: Bilim Olarak Pazarlama, Bayram Zafer Erdoğan, Editor, Beta, İstanbul, pp.305-323, 2021
- IV. **Pazarlama ve Yöntem: Çeşitlendirme**  
ERDOĞAN B. Z., ÖZKARA B. Y.  
in: Bilim Olarak Pazarlama, Bayram Zafer Erdoğan, Editor, Beta, İstanbul, pp.49-64, 2021
- V. **Yeni Kurumsal Kuram ve Pazarlama**  
ERDOĞAN B. Z., KOCAMAN R.  
in: BİLİM OLARAK PAZARLAMA, Erdoğan Bayram Zafer, Editor, BETA, İstanbul, pp.305-324, 2021
- VI. **Transformation in Consumption and Spending Practices in the Post-pandemic Period**  
ERDOĞAN B. Z.  
in: Reflections on the Pandemic in the Future of the World, Muzaffer Şeker Ali Özer, Cem Korkut, Editor, Turkish Academy of Sciences, Ankara, pp.489-514, 2020
- VII. **Yönetim Fonksiyonu**  
Suvacı B., Erdoğan B. Z., Kağnıcıoğlu C. H., Kıyık Kıcırcı G., Uludağ S., Kulalı G., Önder G., Benligiray S.  
in: İşletme Fonksiyonları, Prof. Dr. Hatice Zümrüt Tonus ve Doç. Dr. Nuray Tokgöz, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.3-29, 2020
- VIII. **KOSGEB Girişimcilik El Kitabı**  
ERDOĞAN B. Z.  
Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ankara, 2019
- IX. **Kaliteli Anket Verisi Elde Etmede Örneklem ve Anket Tekniğinin Rolü**  
DOĞAN S., ERDOĞAN B. Z.  
in: Anı Kitabı Ayşe Hepkul, Celal Hakan KAĞNICIOĞLU, Didem PAŞAOĞLU BAŞ, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.113-133, 2019
- X. **Bilim Olarak Pazarlama**  
ERDOĞAN B. Z.  
Beta Basım Yayım, İstanbul, 2018
- XI. **Pazarlama Akademisini Dünü, Bugünü, Yarını Biz Kimiz Ne Yapıyoruz?**  
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S., DOĞAN ÇİFCİ S.  
BETA, 2017
- XII. **Yüksek Hızlı Tren in Eskişehir e Etkileri Araştırması**  
AFŞAR M., ERDOĞAN B. Z., KUTLU E., AÇIKALIN S., AFŞAR A., ER F., TOSUNOĞLU B. T.  
Eskişehir Ticaret Odası Şehir ve Kültür - 7, Eskişehir, 2015
- XIII. **Stratejik Yönetim I**  
TOKGÖZ N., ULUKAN İ. C., ERDOĞAN B. Z., DEMİRCİ A. E., TAŞCI D., BARAZ A. B., TİLTAY M. A., BESLER S.  
Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 2012

## Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Does Being Religious or Not Matter? A Qualitative Investigation of Community Fundraising Events**  
KOCAMAN R., ÖZMEN M., ERDOĞAN B. Z.  
The 13th Global Islamic Marketing Conference, Turkey, 18 October 2022
- II. **The Moderating Role Of Celebrity-Product Match-Up On The Effect Of Identification On Attitude Towards Advertising And Purchase Intention**  
DOĞAN S., ERDOĞAN B. Z.

28. CIMaR (International Consortium for Marketing Research), Ankara, Turkey, 17 - 20 June 2019, pp.102-134
- III. **Word of Mouth versus Electronic Word of Mouth: A Comparative Systematic Review of Motivations**  
Arif A., ERDOĞAN B. Z.  
MMRA Marketing Congress, Turkey, 1 - 04 May 2019, pp.936-958
- IV. **The Effect of Cuisine and Country Image on Intention to Visit**  
AYDIN B., ERDOĞAN B. Z.  
VIII. NATIONAL IV. INTERNATIONAL EASTERN MEDITERRANEAN TOURISM SYMPOSIUM, Mersin, Turkey, 19 - 20 April 2019, pp.181-192
- V. **Türk Girişimci Biyografi ve Otobiyografilerinde Anadolu Yaklaşımını Aramak**  
İŞLEK M. S., ERDOĞAN B. Z.  
10th Global Islamic Marketing Conference, Antalya, Turkey, 23 - 25 April 2019
- VI. **Which is the Moderator of Ethnocentrism: Country or Product Image**  
ERDOĞAN B. Z., AYDIN B., Kırmızı D.  
11. Tourism Outlook Conference, Eskişehir, Turkey, 2 - 05 October 2018, pp.258-271
- VII. **A Longitudinal Study of Turkish Marketing Academia: What has changed, what has not in a decade?**  
ERDOĞAN B. Z., DOĞAN S., İŞLEK M. S.  
2018 Global Marketing Conference at Tokyo, 26 - 29 July 2018, pp.36-49
- VIII. **The Third-Person Perception of Sex Appeals on Hedonic and Utilitarian Product Ads - The Role of Public Exposure to Sexual Stimuli**  
EKİCİ N., ERDOĞAN B. Z., Basil M.  
2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings, Tokyo, Japan, 10 - 15 July 2018
- IX. **Ünlü-Ürün Uyumunun Reklama Karşı Tutum ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi**  
DOĞAN S., ERDOĞAN B. Z.  
23. Pazarlama Kongresi, Turkey, 27 - 29 June 2018
- X. **Konum Tabanlı Mobil Swarm Uygulaması Üzerinden Paylaşım Motivasyonlarının İncelenmesi**  
ERDOĞAN B. Z., ÖZATA F. Z., DOĞAN ÇİFCİ S., ŞAŞMAZ H. A.  
22. PAZARLAMA KONGRESİ, Trabzon, Turkey, 28 - 30 September 2017
- XI. **Cinsel İçerikli Reklamlarda Üçüncü Kişi Algısı ve Satın Alma Niyetinin Bireylerin Yanlı İyimserlik Düzeyleri Bağlamında Değerlendirilmesi: Türkiye ve Kanada Karşılaştırması**  
EKİCİ N., ERDOĞAN B. Z.  
22. Pazarlama Kongresi, Trabzon, Turkey, 28 - 30 September 2017
- XII. **Examining Gender-Based Responses to Third-Person Perception in Sexually Explicit Advertising**  
EKİCİ N., ERDOĞAN B. Z., DESHPANDE S., BASIL D.  
16th International Conference on Research in Advertising, Ghent, Belgium, 29 June - 01 July 2017
- XIII. **The Journey of Marketing: From East to West and Back"**  
ERDOĞAN B. Z., TORLAK Ö., ÖZMEN M., İŞLEK M. S.  
8th Global Islamic Marketing Conference, 3 - 05 May 2017
- XIV. **Student or Non Student An Emprical Comparison of Different Survey Modes Data Quality**  
ERDOĞAN B. Z., DOĞAN ÇİFCİ S.  
CARMA2016 International Conference on Advanced Research Methods and Analytics, Valensiya, Spain, 6 - 07 July 2016
- XV. **Tüketicilerin Restoran Tercihlerinde Fiziksel Kanıtların Rolünün İncelenmesi Üzerine Nitel Bir Araştırma**  
KAMA S., ERDOĞAN B. Z.  
16. Ulusal Turizm Kongresi, Çanakkale, Turkey, 14 - 17 October 2015, pp.20-35
- XVI. **Ürün Türü ve Fiyat Seviyesinin Tüketicilerin Amaca Yönelik Pazarlama Markası Satın Alma İsteği Üzerindeki Rolü**  
ERDOĞAN B. Z., TORUN T., GÖNÜLLÜOĞLU S., ÖĞÜT H., ALTUNTAŞ C., PARLAK R.  
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Turkey, 10 - 13 June 2015, pp.323-327
- XVII. **The Effect of Anti Tobacco Warning Messages on Psychological Reactance and Smoking Behaviour**  
Tomris Küçün N., ERDOĞAN B. Z., ÖZMEN M., GENGEÇ E.



- 2nd International Social Business@Anadolu Conference, Eskişehir, Turkey, 10 - 13 June 2015, pp.107-115
- XVIII. **Effect of Corporate Social Responsibility Activities of Restaurants on Customer Loyalty**  
AYDIN B., ERDOĞAN B. Z.  
2nd International Social Business@Anadolu Conference, Eskişehir, Turkey, 10 - 13 June 2015, pp.45-47
- XIX. **A Historical Approach to Marketing from Anatolia Akhi Organizations**  
ERDOĞAN B. Z., Ömer T., YILMAZ C., İŞLEK M. S., ÇOLAKOĞLU B. M., BALCI G. A.  
Conference on Historical Analysis & Research in Marketing (CHARM), Long Beach CA, United States Of America, 27 - 31 May 2015
- XX. **The Influence of Religion on Perceptions toward the Regulation of Controversial Advertising**  
Zheua W., Deshpande S., Waller D., ERDOĞAN B. Z.  
Global Marketing Conference, 9 - 12 July 2014
- XXI. **EFFECTS OF TRUST, SATISFACTION, ALTERNATIVE ATTRACTIVENESS AND RESISTANCE TO CHANGE ON ATTITUDINAL AND BEHAVIOURAL LOYALTY**  
DOĞAN S., ERDOĞAN B. Z.  
7th Annual EuroMed Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Kristiansand, Norway, 18 - 19 September 2014, pp.595-608
- XXII. **DEVELOPING LOGISTICS MODEL TO DISPOSE TRANSFERABLE HAZARDOUS WASTE IN TURKEY**  
Taser A., ERDOĞAN B. Z.  
4th Annual EuroMed Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Elounda, Greece, 20 - 21 October 2011, pp.1820-1831
- XXIII. **EFFECTS OF ETHNOCENTRIC TENDENCY ON CONSUMERS' PERCEPTION OF PRODUCT ATTITUDES FOR FOREIGN AND DOMESTIC PRODUCTS**  
ERDOĞAN B. Z., Uzkurt C.  
2nd Annual EuroMed Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Salerno, Italy, 26 - 28 October 2009, pp.557-570
- XXIV. **THE EFFECTS OF RESOURCE UNCERTAINTY ON CUSTOMER-SUPPLIER RELATIONSHIPS IN TURKEY**  
Ipcioglu I., Uysal G., ERDOĞAN B. Z.  
1st Annual EuroMed Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Marseille, France, 17 - 18 November 2008, pp.361-373

## **Episodes in the Encyclopedia**

- I. **SOSYAL BİLİMLER ANSİKLOPEDİSİ**  
ERDOĞAN B. Z.  
TÜBİTAK Bilim Yayınları, pp.268-269, 2022

## **Supported Projects**

- İŞLEK M. S., ERDOĞAN B. Z., BÜYÜK K., AYDEMİR M., BOZKURT A., KUMTEPE A. T., KOSGEB Girişimcilik Alanına Yönelik E-Öğrenme Yönetim Sisteminin Analizi, Tasarımı, Geliştirilmesi, Uygulanması ve Değerlendirilmesi, 2019 - 2022  
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S., Project Supported by Higher Education Institutions, Anadolu Pazar Sisteminde Satıcı ve Alıcı İlişkilerinin Analizi, 2016 - 2019  
ERDOĞAN B. Z., AYDIN B., Project Supported by Higher Education Institutions, TÜRK MUTFAK İMAJI VE ÜLKE İMAJININ ÜLKEYİ ZİYARET ETME NİYETİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ, 2015 - 2019  
ERDOĞAN B. Z., DOĞAN S., ÖZDEŞLEŞMENİN REKLAMA KARŞI TUTUM VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÜNLÜ-ÜRÜN UYUMUNUN İLİMLAŞTIRICI ROLÜ, 2017 - 2018  
ALTUNOĞLU M., GÜNEYSU G., ERDOĞAN B. Z., KUMTEPE A. T., İŞLEK M. S., Kamu Kurumları ve Özel Kurumların Personel Alımı ve Görevde Yükselme Uygulamalarının Analizi, 2017 - 2017  
DOĞAN S., ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S., Project Supported by Other Private Institutions, Pazarlama Akademisinin Dünü,

Bugünü, Yarını: Biz Kimiz, Ne Yapıyoruz?, 2016 - 2017

ERDOĞAN B. Z., Project Supported by Higher Education Institutions, Cinsel İçerikli Reklamlarda Üçüncü Kişi Algısının Hedonik ve Faydacı Ürünlerde Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi, 2014 - 2017

ERDOĞAN B. Z., ÇASGEM in Kurumsal Kapasitesinin Güçlendirilmesi için Teknik Destek, 2015 - 2016

ERDOĞAN B. Z., YHT Eskişehir e Etkileri Araştırması, 2014 - 2015

Erdoğan B. Z., Doğan S., Project Supported by Higher Education Institutions, Marka Bağlılığının Öncülleri ve Ölçülmesi Türkiye deki GSM Operatörü Aboneleri Üzerine Bir Araştırma, 2012 - 2013

Erdoğan B. Z., Aydın B., Project Supported by Higher Education Institutions, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Müşteri Bağlılığına Etkisi Yiyecek İçecek Sektöründe Bir Uygulama, 2012 - 2013

Erdoğan B. Z., Universities of Other Countries Supported Project, Küresel İtici Reklamlara İlişkin Tutumların Belirlenmesi - Center for Socially Responsible Marketing - University of Lethbridge Kanada, 2004 - 2005

## **Artistic Activity**

ERDOĞAN B. Z., Ender Merter ile Reklamarkası, December 2017