

## Prof. Dr. BAYRAM ZAFER ERDOĞAN

### Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 222 335 0580](tel:+902223350580) Dahili: 2547  
E-posta: [bzerdogan@anadolu.edu.tr](mailto:bzerdogan@anadolu.edu.tr)  
Web: <https://avesis.anadolu.edu.tr/bzerdogan>

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: -sSA8MQAAAAJ  
ORCID: 0000-0002-2147-7356  
Publons / Web Of Science ResearcherID: AAX-1338-2020  
ScopusID: 9637164400  
Yoksis Araştırmacı ID: 6143

### Eğitim Bilgileri

Doktora, University of Strathclyde, Strathclyde Faculty of Business, Department of Marketing, İngiltere 1997 - 2000  
Yüksek Lisans, University of Hartford, Barney School of Business, Amerika Birleşik Devletleri 1994 - 1996  
Lisans, Anadolu Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1988 - 1992

### Yabancı Diller

İngilizce, C2 Ustalık

### Yaptığı Tezler

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

### Araştırma Alanları

Pazarlama, İşletme Yönetimi, Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi

### Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, İŞLETME FAKÜLTESİ, PAZARLAMA BÖLÜMÜ, 2011 - Devam Ediyor  
Prof. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2008 - 2011  
Doç. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2007 - 2008  
Yrd. Doç. Dr., University of Strathclyde, School Of Business, Department Of Marketing, 1999 - 2000

### Akademik İdari Deneyim

Dekan, Anadolu Üniversitesi, İŞLETME FAKÜLTESİ, 2021 - Devam Ediyor

Rektör Yardımcısı, Anadolu Üniversitesi, REKTÖRLÜK, 2020 - 2020

Enstitü Müdürü, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2011 - 2014

Bölüm Başkanı, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2007 - 2011

## Verdiği Dersler

MARKETING THEORY, Doktora, 2019 - 2020, 2018 - 2019

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

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

Pazarlama Bilimine Temel Yaklaşımlar, Yüksek Lisans, 2017 - 2018, 2012 - 2013, 2011 - 2012

PAZARLAMA YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2016 - 2017, 2012 - 2013

Marketing Communications, Lisans, 2015 - 2016

İşletme Politikası, Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013

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

Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2012 - 2013

İşletme Bilimine Giriş, Lisans, 2010 - 2011

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

## Yönetilen Tezler

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **OPEN AND DISTANCE LEARNING AS A SUSTAINABLE EDUCATION ECOLOGY**  
Hamutoglu N. B., BOZKURT A., ERDOĞAN B. Z.  
CIRCULAR ECONOMY AND SUSTAINABLE LIVING, ss.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, cilt.23, sa.4, ss.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, cilt.29, sa.8, ss.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, ss.489-514, 2020 (SCI-Expanded)
- V. **Effects of ethnocentric tendency on consumers' perception of product attitudes for foreign and domestic products**  
ERDOĞAN B. Z., Uzkuurt C.  
CROSS CULTURAL MANAGEMENT-AN INTERNATIONAL JOURNAL, cilt.17, sa.4, ss.393-406, 2010 (SSCI)
- VI. **Endorsement Practice: How Agencies Select Spokespeople**  
ERDOĞAN B. Z., Drollinger T.  
JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH, cilt.48, sa.4, ss.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, cilt.31, sa.1, ss.65-73, 2002 (SSCI)
- VIII. **Selecting celebrity endorsers: The practitioner's perspective**  
ERDOĞAN B. Z., Baker M., Tagg S.  
JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH, cilt.41, sa.3, ss.39-48, 2001 (SSCI)

## **Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler**

- I. **An overview of social marketing in Türkiye**  
ERDOĞAN B. Z., UMUT M. Ö.  
SOCIAL MARKETING QUARTERLY, 2024 (ESCI)
- II. **Alanlar Arasında Benzerlik mi Farklılık mı? Türkiye'deki Hayır Pazarları Örneği**  
KOCAMAN R., ERDOĞAN B. Z.  
Yönetim ve Organizasyon Araştırmaları Dergisi (Online), cilt.9, sa.1, ss.1-40, 2024 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.18, sa.2, ss.265-287, 2024 (ESCI)
- IV. **Üniversite Sıralamaları Ne Söyle(me)z? Buz Dağının Görünen ve Görünmeyen Yüzü**  
SARAÇ B., ERDOĞAN B. Z.  
YÜKSEKÖĞRETİM DERGİSİ, cilt.13, sa.2, ss.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 DERGİSİ, cilt.77, sa.1, ss.227-250, 2022 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.10, sa.3, ss.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, cilt.27, sa.4, ss.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, cilt.8, sa.1, ss.37-50, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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.  
YÜKSEKÖĞRETİM DERGİSİ, cilt.10, sa.3, ss.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, cilt.13, sa.2, ss.82-102, 2020 (ESCI)
- XI. **The Third-Person Perception of Sex Appeals in Hedonic and Utilitarian Product Ads**  
EKİCİ N., ERDOĞAN B. Z., Basil M.  
JOURNAL OF INTERNATIONAL CONSUMER MARKETING, cilt.32, sa.4, ss.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 UNIVERSİTESİ İİBF DERGİSİ-ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.15, sa.2, ss.603-623, 2020 (ESCI)
- XIII. **Özdeşleşmenin Reklama Karşı Tutum ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Ünlü-Ürün Uyumunun İlimlaştırıcı Rolü**  
DOĞAN S., ERDOĞAN B. Z.  
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.15, sa.2, ss.603-624, 2020 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Anadolu Yaklaşımı Mümkün mü? Türk Girişimci Biyografi ve Otobiyografileri Üzerine Bir İnceleme**

- İŞLEK M. S., ERDOĞAN B. Z.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.11, sa.2, ss.227-258, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.48, sa.2, ss.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, cilt.5, sa.1, ss.1-35, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.30, sa.1, ss.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, cilt.9, sa.2, ss.379-400, 2017 (Hakemli Dergi)
- XIX. **Antecedents and Measurement of Brand Commitment and Behavioural Loyalty**  
DOĞAN ÇİFCİ S., ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Customer Behaviour, cilt.15, sa.4, ss.321-336, 2016 (Hakemli Dergi)
- XX. **Bir İlişkisel Pazarlama Aracı Olarak Bağlamsal Pazarlama Formdakal Web Sitesi Örneği**  
ÖZGÜNER KILIÇ H., ERDOĞAN B. Z.  
İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, cilt.5, sa.3, ss.460-477, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Restoranların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Müşteri Bağlılığına Etkisi**  
AYDIN B., ERDOĞAN B. Z.  
Turizm Akademik Dergisi, cilt.3, sa.1, ss.11-27, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXII. **Uygulamalı Sentez Bir Sosyal Bilim Olarak Pazarlama**  
ERDOĞAN B. Z., DOĞAN S.  
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, cilt.1, sa.1, ss.1-22, 2015 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, sa.2, ss.153-168, 2014 (Hakemli Dergi)
- XXIV. **Offensiveness of Advertising with Violent Image Appeal: A Cross-Cultural Study**  
Waller D. S., Deshpande S., ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Promotion Management, cilt.19, sa.4, ss.400-417, 2013 (Scopus)
- XXV. **Development of Hazardous Waste Management Law in EU and Turkey**  
Taser A., ERDOĞAN B. Z.  
ESKİSEHİR OSMANGAZI UNIVERSİTESİ İIBF DERGİSİ-ESKİSEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.5, sa.2, ss.67-84, 2010 (ESCI)
- XXVI. **Corporate Social Responsibility: A Research on Hotels**  
Bakirtas H., ERDOĞAN B. Z.  
ESKİSEHİR OSMANGAZI UNIVERSİTESİ İIBF DERGİSİ-ESKİSEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.5, sa.1, ss.97-110, 2010 (ESCI)
- XXVII. **Controversial advertising**  
ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Marketing Communications, cilt.14, sa.4, ss.247-248, 2008 (Scopus)
- XXVIII. **International celebrities: worldwide surrogate salesforce?**  
ERDOĞAN B. Z.  
Journal for Global Business Advancement, cilt.1, sa.4, ss.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, cilt.30, sa.1, ss.71-77, 2008 (Scopus)

- XXX. **Controversial Advertising Editorial**  
ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Marketing Communications, cilt.14, sa.4, ss.247-248, 2008 (Hakemli Dergi)
- XXXI. **Clustering medical journal readership among GPs: Implications for media planning**  
ERDOĞAN B. Z., Deshpande S., Tagg S.  
Journal of Medical Marketing, cilt.7, sa.2, ss.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, cilt.15, ss.55-76, 2006 (Hakemli Dergi)
- XXXIII. **Advertising of controversial products:a cross-cultural study**  
Waller D. S., Fam K., ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Consumer Marketing, cilt.22, sa.1, ss.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, cilt.5, sa.1, ss.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, cilt.38, sa.5-6, ss.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, cilt.21, sa.6, ss.392-399, 2003 (Scopus)
- XXXVII. **Advertising complainants: Who and where are they?**  
Crosier K., ERDOĞAN B. Z.  
Journal of Marketing Communications, cilt.7, sa.2, ss.109-120, 2001 (Scopus)
- XXXVIII. **Who We Are and What We Do - 2000**  
Baker M. J., Erdogan B. Z.  
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, cilt.16, sa.7, ss.679-696, 2000 (Hakemli Dergi)
- XXXIX. **Towards a practitioner-based model of selecting celebrity endorsers**  
ERDOĞAN B. Z., Baker M. J.  
International Journal of Advertising, cilt.19, sa.1, ss.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, cilt.15, sa.8, ss.837-855, 1999 (Hakemli Dergi)
- XLI. **Celebrity Endorsement: A Literature Review**  
Erdoğan B. Z.  
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, cilt.15, sa.4, ss.291-314, 1999 (Hakemli Dergi)
- XLII. **Managerial mindsets and the symbiotic relationship between sponsorship and advertising**  
ERDOĞAN B. Z., Kitchen P. J.  
Marketing Intelligence & Planning, cilt.16, sa.6, ss.369-374, 1998 (Scopus)
- XLIII. **Getting the Best Out of Celebrity Endorsers**  
ERDOĞAN B. Z., PHILIP K.  
ADMAP, cilt.33, sa.4, ss.17-20, 1998 (Hakemsiz Dergi)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

- 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.

Döngüsel Ekonomi ve Sürdürülebilir Hayat, Mehmet Bulut ve Cem Korkut, Editör, Türkiye Bilimler Akademisi, Ankara, ss.237-258, 2022

- III. **Yeni Kurumsal Kuram ve Pazarlama**  
ERDOĞAN B. Z., KOCAMAN R.  
Bilim Olarak Pazarlama, Bayram Zafer Erdoğan, Editör, Beta, İstanbul, ss.305-323, 2021
- IV. **Pazarlama ve Yöntem: Çeşitlendirme**  
ERDOĞAN B. Z., ÖZKARA B. Y.  
Bilim Olarak Pazarlama, Bayram Zafer Erdoğan, Editör, Beta, İstanbul, ss.49-64, 2021
- V. **Yeni Kurumsal Kuram ve Pazarlama**  
ERDOĞAN B. Z., KOCAMAN R.  
BİLİM OLARAK PAZARLAMA, Erdoğan Bayram Zafer, Editör, BETA, İstanbul, ss.305-324, 2021
- VI. **Transformation in Consumption and Spending Practices in the Post-pandemic Period**  
ERDOĞAN B. Z.  
Reflections on the Pandemic in the Future of the World, Muzaffer Şeker Ali Özer, Cem Korkut, Editör, Turkish Academy of Sciences, Ankara, ss.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.  
İşletme Fonksiyonları, Prof. Dr. Hatice Zümrüt Tonuş ve Doç. Dr. Nuray Tokgöz, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.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.  
Anı Kitabı Ayşe Hepkul, Celal Hakan KAĞNICIOĞLU, Didem PAŞAOĞLU BAŞ, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.113-133, 2019
- X. **Bilim Olarak Pazarlama**  
ERDOĞAN B. Z.  
Beta Basım Yayın, 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

## **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

- 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, Türkiye, 18 Ekim 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, Türkiye, 17 - 20 Haziran 2019, ss.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, Türkiye, 1 - 04 Mayıs 2019, ss.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, Türkiye, 19 - 20 Nisan 2019, ss.181-192
- V. **Türk Girişimci Biyografi ve Otobiyografilerinde Anadolu Yaklaşımını Aramak**  
İŞLEK M. S., ERDOĞAN B. Z.  
10th Global Islamic Marketing Conference, Antalya, Türkiye, 23 - 25 Nisan 2019
- VI. **Which is the Moderator of Ethnocentrism: Country or Product Image**  
ERDOĞAN B. Z., AYDIN B., Kırmızı D.  
11. Tourism Outlook Conference, Eskişehir, Türkiye, 2 - 05 Ekim 2018, ss.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 Temmuz 2018, ss.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, Japonya, 10 - 15 Temmuz 2018
- IX. **Ünlü-Ürün Uyumunun Reklama Karşı Tutum ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi**  
DOĞAN S., ERDOĞAN B. Z.  
23. Pazarlama Kongresi, Türkiye, 27 - 29 Haziran 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, Türkiye, 28 - 30 Eylül 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, Türkiye, 28 - 30 Eylül 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, Belçika, 29 Haziran - 01 Temmuz 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 Mayıs 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, İspanya, 6 - 07 Temmuz 2016
- XV. **Tüketicilerin Restoran Tercihlerinde Fiziksel Kanıtların Rolünün İncelenmesi Üzerine Nitel Bir Araştırma**  
KAMA S., ERDOĞAN B. Z.  
16. Ulusal Turizm Kongresi, Çanakkale, Türkiye, 14 - 17 Ekim 2015, ss.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, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, ss.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, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, ss.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, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, ss.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, Amerika Birleşik Devletleri, 27 - 31 Mayıs 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 Temmuz 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, Norveç, 18 - 19 Eylül 2014, ss.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, Yunanistan, 20 - 21 Ekim 2011, ss.1820-1831

**XXIII. EFFECTS OF ETHNOCENTRIC TENDENCY ON CONSUMERS' PERCEPTION OF PRODUCT ATTITUDES FOR FOREIGN AND DOMESTIC PRODUCTS**

ERDOĞAN B. Z., Uz Kurt C.

2nd Annual EuroMed Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Salerno, İtalya, 26 - 28 Ekim 2009, ss.557-570

**XXIV. THE EFFECTS OF RESOURCE UNCERTAINTY ON CUSTOMER-SUPPLIER RELATIONSHIPS IN TURKEY**

İpcioğlu I., Uysal G., ERDOĞAN B. Z.

1st Annual EuroMed Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Marseille, Fransa, 17 - 18 Kasım 2008, ss.361-373

## Ansiklopedide Bölümler

### I. SOSYAL BİLİMLER ANSİKLOPEDİSİ

ERDOĞAN B. Z.

TÜBİTAK Bilim Yayınları, ss.268-269, 2022

## Desteklenen Projeler

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., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Anadolu Pazar Sisteminde Satıcı ve Alıcı İlişkilerinin Analizi, 2016 - 2019

ERDOĞAN B. Z., AYDIN B., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, TÜRK MUTFAK İMAJİ 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., Diğer Özel Kurumlarca Desteklenen Proje, Pazarlama Akademisinin Dünü, Bugünü, Yarını: Biz Kimiz, Ne Yapıyoruz?, 2016 - 2017

ERDOĞAN B. Z., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, 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., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Marka Bağlılığının Öncülleri ve Ölçülmesi Türkiye deki GSM Operatörü Aboneleri Üzerine Bir Araştırma, 2012 - 2013

Erdoğan B. Z., Aydın B., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Müşteri Bağlılığına Etkisi Yiyecek İçecek Sektöründe Bir Uygulama, 2012 - 2013

Erdoğan B. Z., Diğer Ülkelerden Üniversiteler Tarafından Desteklenmiş Proje, Küresel İtici Reklamlara İlişkin Tutumların Belirlenmesi - Center for Socially Responsible Marketing - University of Lethbridge Kanada, 2004 - 2005

## **Sanatsal Etkinlik**

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