

Prof. Dr. ENES EMRE BAŞAR

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 222 335 0580](tel:+902223350580)

E-posta: eebasar@anadolu.edu.tr

Web: <https://avesis.anadolu.edu.tr/eebasar>

Posta Adresi: Anadolu Üniversitesi Yunus Emre Yerleşkesi İşletme Fakültesi Kat: 4 NO: 108 Tepebaşı/Eskişehir

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: Z9eKM7AAAAAJ

ORCID: 0000-0002-2001-0260

Publons / Web Of Science ResearcherID: KGK-6859-2024

ScopusID: 56703662000

Yoksis Araştırmacı ID: 182149

Eğitim Bilgileri

Doktora, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (Dr), Türkiye 2012 - 2016

Yüksek Lisans, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), Türkiye 2008 - 2012

Lisans, Atatürk Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2002 - 2008

Yaptığı Tezler

Doktora, Hane halklarının sürdürülebilir tüketim davranışlarının ölçülmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (Dr), 2016

Yüksek Lisans, Tüketici yenilikçiliği ve marka değeri algılarının marka yayma üzerindeki etkileri, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), 2012

Araştırma Alanları

Pazarlama, Sayısal Yöntemler, İşletme Yönetimi, Yönetim Bilişim Sistemleri, Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü (İİB), 2024 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Bölümü, 2020 - 2024

Doç. Dr., Bayburt Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2018 - 2020

Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017 - 2018

Araştırma Görevlisi, Bayburt Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - 2017

Araştırma Görevlisi, Washington State University, Carson College Of Business, Marketing, 2014 - 2014

Araştırma Görevlisi, Atatürk Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - 2013

Araştırma Görevlisi, Bingöl Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2010 - 2012

Akademik İdari Deneyim

Rektör Danışmanı, Anadolu Üniversitesi, Rektörlük, 2024 - Devam Ediyor

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Bölümü, 2021 - 2024

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Bayburt Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2019 - 2020

Verdiği Dersler

Bilimsel Araştırma Tasarım ve Yayın Teknikleri, Doktora, 2019 - 2020

Bilimsel Araştırma Yöntemleri I, Yüksek Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Pazarlama Araştırmaları, Lisans, 2019 - 2020, 2017 - 2018

Uluslararası Pazarlama, Lisans, 2019 - 2020

Teknoloji ve İnovasyon Yönetimi, Lisans, 2019 - 2020

Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Tedarik Zinciri Yönetimi, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Pazarlama İlkeleri, Yüksek Lisans, 2018 - 2019

Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Bilimsel Araştırma Yöntemleri II, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

Bilimsel Araştırma Tasarım ve Yayın Teknikleri, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

Reklam Yönetimi, Lisans, 2017 - 2018

Üretim Yönetimi II, Lisans, 2016 - 2017

Yönetilen Tezler

ENES EMRE B., Sosyal medya kullanıcısı seçmenlerin siyasal pazarlamaya yönelik tutumlarının seçmen bağı ve davranışı üzerindeki etkileri: Seçmen tatmini ve sadakatinin aracılık rolü, Yüksek Lisans, M.TEMEL(Öğrenci), 2019

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- Addressing the Global Logistics Performance Index Rankings with Methodological Insights and an Innovative Decision Support Framework**
Stević Ž., Ersoy N., Başar E. E., Baydaş M.
APPLIED SCIENCES, cilt.14, sa.22, ss.1-22, 2024 (SCI-Expanded)
- Preface**
BAŞAR E. E.
Paradigm Shifts within the Communication World, cilt.53, ss.2645, 2021 (SCI-Expanded)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- Advantages and Challenges of Biobased Plastics: A Qualitative Analysis of Stakeholders' Perceptions**
Başar E. E., Kes Erkul A.
FSM İlimi Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimler Dergisi, sa.23, ss.1-29, 2024 (Hakemli Dergi)
- TÜRKİYE'DE PERAKENDE SEKTÖRÜNDE SATIŞ HACMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ**
Başar E. E., Tosun B.
EKEV AKADEMİ DERGİSİ, sa.98, ss.52-61, 2024 (Hakemli Dergi)
- Factors Affecting the Attitude of Medical Doctors in Türkiye towards Using Artificial Intelligence Applications in Healthcare Services**
Başar E. E., Kes Erkul A.
BEZMIALEM SCIENCE, cilt.12, sa.3, ss.297-308, 2024 (ESCI)

- IV. **How does the environmental knowledge of Turkish households affect their environmentally responsible food choices? The mediating effects of environmental concerns**
Başar E. E., Başar Ş.
International Journal of Agriculture, Environment and Food Sciences, cilt.4, sa.3, ss.348-355, 2020 (Hakemli Dergi)
- V. **Hangi Ürün Kategorisi Tüketicilerin Perakendeci Mağaza Tercihlerinde En Büyük Etkiye Sahip? Lider Ürün Yaklaşımı**
Başar E. E.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.32, sa.2, ss.335-349, 2018 (Hakemli Dergi)
- VI. **Markalar Sanal Topluluklar Aracılığı ile Müşteri Bağı Oluşturabilirler Mi?**
Başar E. E.
EKEV AKADEMİ DERGİSİ, cilt.22, sa.73, ss.199-210, 2018 (Hakemli Dergi)
- VII. **Uluslararası Spor Organizasyonlarında Ulusal Markaların Sponsorluk Faaliyetlerinin İncelenmesi: Sponsora Yönelik Tutumun Aracılık Etkisi ve Etkinlikle İlgilenimin Moderatör Rolü**
BAŞAR E. E.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.32, sa.1, ss.157-176, 2018 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Pazarlama Kaynaklarına En Uygun Rekabetçi Pazarlama Stratejisinin Belirlenmesi Kış Turizmi Otellerine Yönelik Bir Uygulama**
YILMAZ M. K., BAŞAR E. E., PABUÇCU H.
EGE ACADEMIC REVIEW, cilt.15, sa.3, ss.409-419, 2015 (Hakemli Dergi)
- IX. **The Effect of Self Construal on Statue and Role Relaxed Consumption**
BAŞAR E. E., ERCİŞ A.
MEDITERRANEAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES, cilt.6, sa.3 S2, ss.18-23, 2015 (Scopus)
- X. **An Investigation of Self Image Congruence Differences between Materialistic and Non-Materialistic Consumers**
Başar E. E., Türk B., Ünal S.
BOGAZICI JOURNAL: REVIEW OF SOCIAL, ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE STUDIES, cilt.29, sa.2, ss.41-57, 2015 (Scopus)
- XI. **The Effects of Consumer Innovativeness and Extended Technology Acceptance Model on Adoption E-Crm Services Which Applied to Banking Sector**
BAŞAR E. E., YAPRAKLİ T. Ş.
THE JOURNAL OF ACADEMIC SOCIAL SCIENCE STUDIES, cilt.6, sa.6, ss.149-180, 2013 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Reflections on Sustainable Consumption in the Time of the COVID-19 Pandemic**
YILDIZ T., BAŞAR E. E.
Pandemics and Consumer Behavior, Sanje Gresi, Başar Enes Emre, Editör, Nova Science Publishers, New York, ss.135-150, 2022
- II. **Sosyal Medya Pazarlaması**
BACAĞIZ P., BAŞAR E. E.
Dijital Reklamcılık, Derya Öcal, Hıdır Polat, Editör, NOBEL, ss.209-223, 2020
- III. **Sürdürülebilir Tüketimin Başarılmasında Bütünsel Bir Yaklaşım: Sistemsel Değişim**
BAŞAR E. E.
Sürdürülebilirlik: Ekonomik ve Sosyal Eğilimler, Enes Emre Başar, Alırza Ağ, Ünal Gülhan, Editör, İmaj Yayınevi, Ankara, ss.51-62, 2019
- IV. **Hane Halklarının Sürdürülebilir Tüketim Davranışları**
BAŞAR E. E.
İmaj Yayınevi, Ankara, 2018
- V. **Perakendecilik Sektöründe Başarılı Olmanın Formülü: Sürekli İnovasyon**
BAŞAR E. E.

İnovasyon: Ekonomik ve Sosyal Eğilimler, BAŞAR ENES EMRE, DURMAZ ATAKAN, Editör, İmaj Yayınevi, Ankara, ss.145-157, 2018

- VI. **The Social Marketing**
BAŞAR E. E.
Selected Studies on Social Sciences, Ahmet Kırkkılıç, Enes Emre Başar, Yusuf Söylemez, Editör, Cambridge Scholar Publishing, ss.120-129, 2018
- VII. **How to Capture the Virtual World's Online Brand Loyalists**
BAŞAR E. E.
The Virtual World and Marketing, Başar Enes Emre, Erciş Aysel, Ünal Sevtap, Editör, Cambridge Scholar Publishing, Newcastle upon Tyne, ss.227-235, 2018
- VIII. **A Holistic Approach to Achieve Sustainable Consumption: Systemic Change**
BAŞAR E. E.
Studies on Sustainability Research, Enes Emre Başar, Turgut Bayramoğlu, Editör, LAP Publishing, ss.97-104, 2016
- IX. **Küreselleşme'nin Kobi'lerin Uluslararasılaşmaları Üzerindeki Etkileri**
BAŞAR E. E., ERCİŞ A.
Küreselleşme: Ekonomik ve Sosyal Eğilimler, Bayramoğlu Turgut, Başar Enes Emre, Editör, Savaş Yayınevi, Ankara, ss.117-130, 2016
- X. **Consumers' Point of View on Brand Equity and Brand Extension Strategies According to the Level of Consumer Innovativeness**
BAŞAR E. E., ERCİŞ A.
Interdisciplinary Perspectives on Social Sciences, Rătă Georgeta, Arslan Hasan, Runcan Patricia-Luciana, Akdemir Ali, Editör, Cambridge Scholar Publishing, ss.19-28, 2014

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Pazar Performansı Sağlamada Büyük Veri Kullanımı**
BAŞAR E. E., YILDIZ T.
26. Pazarlama Kongresi, Kırşehir, Türkiye, 23 Temmuz 2022
- II. **Could The Short term Impacts of The Pandemic on The Environment Turn Into Long term Sustainability Gains?**
BAŞAR E. E.
II International Symposium of Applied Business Management and Economics Researches, Bayburt, Türkiye, 12 Mayıs 2022, cilt.1, ss.122-123
- III. **International scientific collaborative activities: Barriers and opportunities**
BAŞAR Ş., BAŞAR E. E.
International Congress of Future Medical Pioneers - ICOFMEP 2021, Türkiye, 08 Mayıs 2021
- IV. **Kamu Teşviklerinden Yararlanan KOBİ'lerin Firma Performanslarının Teknoloji Transferi ve Pazarlama Yenilikçiliği Açısından İncelenmesi: TRA Bölgesi Uygulaması**
ERCİŞ A., BAŞAR E. E., TÜRK B., KARA A.
23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018
- V. **Türk ve Amerikan Hane Halklarının Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Karşılaştırılması (Bayburt ve Post Falls Örneği)**
BAŞAR E. E., ÇUBUKCU M. İ., ERCİŞ A.
Uluslararası Uygulamalı İşletme.Yönetim ve Ekonomi Sempozyumu, 3 - 05 Mayıs 2018
- VI. **The Role of Radical Innovation Implementations in Marketing Activities**
BAŞAR E. E.
7. International Congress on Current Debates in Social Science, 19 - 21 Nisan 2018, ss.164
- VII. **The Measurement of Households' Sustainable Consumption Behaviors**
BAŞAR E. E.
XI. European Conference on Social and Behavioral Sciences, ROMA, İtalya, 1 - 04 Eylül 2016, ss.212

- VIII. **Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Otel İşletmelerinde Rekabetçi Pazarlama Stratejisi Seçimi**
ERCİŞ A., YILMAZ M. K., BAŞAR E. E., PABUÇCU H.
19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 18 - 22 Haziran 2014
- IX. **The Effects of Consumers Brand Equity Perceptions on Brand Extension Strategy**
BAŞAR E. E., ERCİŞ A.
4th European Marketing Conference, Frankfurt am Main, Almanya, 15 - 16 Ağustos 2013
- X. **Consumers' Point of View on Brand Equity and Brand Extension Strategies according to the Level of Consumer Innovativeness**
BAŞAR E. E., ERCİŞ A.
European Conference on Social and Behavioral Sciences, 19 - 21 Haziran 2013
- XI. **Kişisel Değerler ve Çevre Bilincinin Çevreci Ürünlerin Tercih Edilmesindeki Etkileri: Karşılaştırmalı Bir Araştırma**
Çolakoğlu E., Türk B., Başar E. E., Gül O.
18. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kars, Türkiye, 19 - 22 Haziran 2013

Desteklenen Projeler

- BAŞAR E. E., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Türk ve Amerikan Hane Halklarının Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesi Bayburt ve Post Falls Şehirlerinin Karşılaştırılması, 2016 - Devam Ediyor
- BAŞAR Ş., BAŞAR E. E., Diğer Uluslararası Fon Programları, The Collaborative Research on Sustainability, 2021 - 2021
- BAŞAR E. E., Diğer Uluslararası Fon Programları, Paradigm Shifts within the Communication Realm, 2020 - 2021
- BAŞAR E. E., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Tersine Beyin Göçünü Etkileyen Faktörler: Almanya Doğumlu Nitelikli Türk İşgücü Üzerine Bir Araştırma, 2018 - 2018
- BAŞAR E. E., EMA Quality Measure Hizmet Kalitesi Ölçümü Yazılımı Geliştirilmesi, 2016 - 2018
- BAŞAR E. E., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Yerel Kalkınma Bağlamında Bayburt Taşı Kümelene Potansiyelinin Araştırılması, 2017 - 2017
- BAŞAR E. E., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Hane Halkı Yoksulluk Araştırması: Bayburt Örneği, 2017 - 2017
- BAŞAR E. E., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Sürdürülebilirlik Araştırmalarına Multidisipliner Bakış Açıları, 2015 - 2017
- BAŞAR E. E., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Türkiye nin Ev Sahipliği Yaptığı Uluslararası Spor Organizasyonlarında Ulusal Markaların Sponsorluk Faaliyetlerinin Etkinliklerinin Araştırılması, 2015 - 2016