

Prof. Dr. ELİF EROĞLU HALL

Kişisel Bilgiler

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

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

E-posta: eleroglu@anadolu.edu.tr

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

Posta Adresi: Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: -Lh6cwoAAAAJ

ORCID: 0000-0001-9086-0132

Publons / Web Of Science ResearcherID: V-3337-2017

ScopusID: 57164306700

Yoksis Araştırmacı ID: 53267

Eğitim Bilgileri

Post Doktora, University of Nevada, Reno, College of Business, Amerika Birleşik Devletleri 2012 - 2013

Doktora, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), Türkiye 2004 - 2009

Yüksek Lisans, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (YI) (Tezli), Türkiye 1999 - 2003

Lisans, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1995 - 1999

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

Doktora, Tersine Toplumsallaşma Teorisinin Oluşturulması Açısından Bir Model Kurgusu: Ana Babanın Satın Alma Kararlarına Ergen Etkisi Üzerine Bir Uygulama, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), 2009

Yüksek Lisans, Elektronik Ticaret ve Eskişehir'xxde Metal Eşya, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere (KOBİ'xxlere) Yönelik Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (YI) (Tezli), 2003

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Verdiği Dersler

Perakende Yönetimi, Yüksek Lisans, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2018 - 2019

Pazarlamaya Giriş, Lisans, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022

Dönem Projesi , Yüksek Lisans, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Pazarlama Yönetimi , Lisans, 2023 - 2024, 2022 - 2023
Pazarlama İlkeleri , Lisans, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019
Uzmanlık Alan Dersi, Doktora, 2018 - 2019
Uzmanlık Alan Dersi, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2013 - 2014
Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014
Seminer, Doktora, 2018 - 2019
Tez, Yüksek Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017
İşletmecilik Uygulamaları, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
Marketing Management, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016
Topluma Hizmet Uygulamaları, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2015 - 2016
Principles of Marketing, Lisans, 2014 - 2015
Genel İşletme, Lisans, 2013 - 2014, 2011 - 2012
Introduction to Business, Lisans, 2013 - 2014
Pazarlama, Lisans, 2011 - 2012

Yönetilen Tezler

Eroğlu Hall E., Sohbet robotlarının (Chatbots) pazarlamada kullanımı: Çevrim içi tüketicilerin sohbet robotlarına yönelik tutumlarının incelenmesine yönelik bir araştırma, Yüksek Lisans, A.BULUT(Öğrenci), 2022
Eroğlu Hall E., Ülke imajının sağlık hizmet kalitesi ve davranışsal niyetler üzerindeki etkisinde zenosentrizm, kozmopolitizm ve fiyatın rolü, Doktora, O.İZMİR(Öğrenci), 2021
Eroğlu Hall E., Menşe ülke ve tüketici zenosentrizminin Türk markalı ürünler satın alma niyeti üzerindeki etkisi: Kerkük üzerine bir uygulama, Yüksek Lisans, G.SABAH(Öğrenci), 2020
Eroğlu Hall E., Girişimlerde yeni ürün geliştirme süreci: Akıllı ev güvenlik sistemleri alanında uygulama, Yüksek Lisans, M.UZUN(Öğrenci), 2019

Tezsiz Lisansüstü Danışmanlıkları

Eroğlu Hall E., Marka Kişiliğinin Marka Sadakatine Etkisi: Apple Markası Örneği, Yüksek Lisans-Tezsiz, B.Betül(Öğrenci), 2024
Eroğlu Hall E., Sosyal Medya Reklamlarının Tüketici Davranışlarına Etkisi, 2023., Yüksek Lisans-Tezsiz, E.Karadağ(Öğrenci), 2023
Eroğlu Hall E., Viral Pazarlamanın Tüketicilerin Anlık Satın Alma Kararı Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans-Tezsiz, M.Güneş(Öğrenci), 2023
Eroğlu Hall E., Pazarlama Stratejisinin Stratejik Yönetim Araçlarıyla Belirlenmesi ve Makina İmalat Sektöründe Uygulaması, Yüksek Lisans-Tezsiz, E.Çiçek(Öğrenci), 2022
Eroğlu Hall E., Kişilerdeki Umut Seviyesinin Çevresel Endişe ve Çevreci Satın Alım İlişkisindeki Düzenleyici Rolü, Yüksek Lisans-Tezsiz, E.Sarıoğuz(Öğrenci), 2022
Eroğlu Hall E., Covid-19 Pandemi Döneminin Online Alışverişlerde Gıda Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisinin İncelenmesi, Yüksek Lisans-Tezsiz, T.Özkr(Öğrenci), 2021
Eroğlu Hall E., Dijital Pazarlamada YouTube Reklamlarının Etkisi: YouTuber'lar Üzerinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans-Tezsiz, B.Kara(Öğrenci), 2021
Eroğlu Hall E., Hizmet Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Pazarlama Üzerindeki Etkisi ve Bireysel Bankacılık Sektöründe Hizmet Pazarlaması, Yüksek Lisans-Tezsiz, A.Burçin(Öğrenci), 2020

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **The Role of Religion and Acculturation in the Consumer Ethnocentrism of Turkish Immigrants in Germany**
Sevim N., Eroğlu Hall E., Abu-Rayya H. M.
RELIGIONS, cilt.7, sa.3, 2016 (AHCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Investigating the effect of consumer xenocentrism on purchase intention for foreign products**
Eroğlu Hall E., Sevim N., Najmaldin G. S., Karamaşa .
STRATEGIC MANAGEMENT, 2024 (ESCI)
- II. **The Conceptualization of Country Image: A Qualitative Approach**
İzmir O., Eroğlu Hall E., Sevim N.
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, cilt.21, sa.2, ss.160-194, 2023 (Hakemli Dergi)
- III. **Deneyimsel Tüketim Bakış Açışıyla Kalite, Algılanan Değer, Tatmin ve Sadakat Zincirinin İncelenmesi: Üçüncü Dalga Kahve Tüketimi**
İZMİR O., EROĞLU HALL E., SEVİM N.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, cilt.14, sa.1, ss.294-310, 2023 (Hakemli Dergi)
- IV. **The Effect of Country Image on Behavioral Intentions: Parallel Mediation Effects of Product and Service Quality**
İZMİR O., EROĞLU HALL E., SEVİM N.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.16, sa.1, ss.165-190, 2023 (Hakemli Dergi)
- V. **evrimii Tüketicilerin Sohbet Robotlarına (Chatbots) Yönelik Tutumları**
Eroğlu Hall E., Sevim N., Bulut A.
EKEV AKADEMİ DERĐİSİ, cilt.26, sa.91, ss.33-53, 2022 (Hakemli Dergi)
- VI. **Country of Origin Effect in Consumers Purchase of Turkish Products: The Case of Iraq- Kirkuk**
EROĞLU HALL E., SEVİM N., Sabah Najmaldın G.
THE JOURNAL OF ACADEMIC SOCIAL SCIENCE STUDIES, cilt.15, sa.90, ss.403-420, 2022 (Hakemli Dergi)
- VII. **Antecedents of Country-of-Origin Image and Its Effect on Behavioral Intentions**
İZMİR O., SEVİM N., EROĞLU HALL E.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.14, sa.1, ss.189-234, 2022 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Yalın Girişimlerde Yeni Ürün Geliştirme Süreci: Akıllı Ev Güvenlik Sistemleri Üzerine Bir Uygulama**
Sevim N., Eroğlu Hall E., Uzun M.
Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, cilt.1, sa.1, ss.65-94, 2019 (Hakemli Dergi)
- IX. **Pazarlama Perspektifinden Mesleki Ve Teknik Eğitim Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin İyileştirilmesine Yönelik Bütüncül Bir Yaklaşım**
Karakaya Ö., Eroğlu Hall E., Sevim N.
International Social Sciences Studies Journal, cilt.5, sa.44, ss.5071-5094, 2019 (Hakemli Dergi)
- X. **Analysis of The Extended Technology Acceptance Model in Online Travel Products**
SEVİM N., Yüncü D., EROĞLU HALL E.
İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.45-61, 2017 (Hakemli Dergi)
- XI. **Evaluation of Halal Food Purchase Intention in Germany**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
International Journal of Contemporary Applied Sciences., cilt.4, sa.9, ss.1-19, 2017 (Hakemli Dergi)
- XII. **Halal Food Consumption Intention by Turkish Immigrants**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
International Journal of Business and Management Invention, cilt.5, sa.11, ss.36-40, 2016 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Consumer Acculturation Perspective of Immigrants and Tourists**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences, cilt.5, sa.4, ss.126-139, 2016 (Hakemli Dergi)

- XIV. **Ethnocentric Behaviors of Migrant Groups The Impact Of Acculturation Ethnic Identity And Religion**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
The Macrotheme Review A multidisciplinary journal of global macro trends, cilt.4, sa.4, ss.158-166, 2015 (Hakemli Dergi)
- XV. **Role of Demographics and Generations on Consumer Ethnocentrism of Turkish Immigrants in Germany**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
International Journal of Business and Social Research, cilt.5, sa.9, ss.65-78, 2015 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Evaluation of Websites Quality Using Fuzzy TOPSIS Method**
ALPTEKİN N., EROĞLU HALL E., SEVİM N.
International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, cilt.5, sa.8, ss.221-242, 2015 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Almanya da Yaşayan Türk Göçmenlerin Perakendeci Seçim Sürecinde Dil Tercihinin Etkisi**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.7, sa.1, ss.133-155, 2015 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Ranking Determinants on Quality of Online Shopping Websites Using Integrated Entropy and TOPSIS Methods**
ALPTEKİN N., EROĞLU E., SEVİM N.
International Journal of Business and Social Science, cilt.6, sa.4(1), ss.37-49, 2015 (Hakemli Dergi)
- XIX. **Consumer Trust Impact on Online Shopping Intent**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.19-28, 2014 (Hakemli Dergi)
- XX. **The Changing Shopping Culture: Internet Consumer Behavior**
Eroğlu E.
Review of Business Information Systems, cilt.18, sa.1, ss.35-40, 2014 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Effects of Turkish Teens Over Family Purchase of Various Products**
ASLAN E., KARALAR R.
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sa.29., ss.149-162, 2011 (Hakemli Dergi)
- XXII. **Tersine Toplumsallaşma Hipotezinin Kavramsal Olarak İncelenmesi ve Ergenlerin Ailelerin Teknolojik Ürün Satın Alımı Sürecine Etkileri**
ASLAN E.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.2, sa.2, ss.1-27, 2010 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **The Regulation of Large Retail Firms in Turkey A Game Theory Based Analytical Model**
ASLAN M., ASLAN E.
Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.4, sa.8, ss.89-106, 2008 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Teknolojik Dönüşümün Pazarlamaya Etkisi: Dijital Pazarlama**
Eroğlu Hall E.
Nisan Yayınları, Eskişehir, 2024
- II. **The Role of Demographic Characteristics and Motivational Components of Consumers Using Chatbots**
Eroğlu Hall E., Sevim N., Bulut A.
Current Marketing Studies, AKGÜN ZUHAL, Editör, Livre de Lyon, Lyon, ss.1-25, 2024
- III. **İşletmelerde Üretim ve AR-GE**
Eroğlu Hall E., Sevim N.
Genel İşletme, Bayram Zafer Erdoğan, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.142-175, 2023
- IV. **İşletmelerde Üretim ve AR-GE**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.

Genel İşletme, ERDOĞAN BAYRAM ZAFER, Editör, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, ss.143-167, 2023

- V. **Menşe Ülke ve Tüketici Zenosentrizminin Satın Alma Kararlarına Etkisi**
Sevim N., Eroğlu Hall E., Najmaldın G. S.
Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Teori ve Araştırmalar , Erdem Sarıkaya, Editör, GECE KİTAPLIĞI, Ankara, ss.157-182, 2020
- VI. **Fiyat Yönetimi**
Eroğlu Hall E.
Pazarlama Yönetimi, Erdoğan, B. Zafer, Eroğlu Hall, Elif, Editör, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, ss.120-146, 2020
- VII. **Fiyat Yönetimi**
EROĞLU HALL E.
Pazarlama Yönetimi, Erdoğan, B. Z. ve Eroğlu H. E., Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.121-140, 2020
- VIII. **The Role of Mosques in the Transformation From Transnational Space to Muslim Cultural and Consumption Spaces**
Eroğlu Hall E., Sevim N.
Working With Muslim Clients in the Helping Professions, Anisah Bagasra, Mitchell Mackin, Editör, IGI Global, Pennsylvania, ss.136-154, 2020
- IX. **Teknolojik Ürün Satın Alımında Ergen Etkisi: Tersine Toplumsallaşma**
EROĞLU HALL E.
Nisan, 2018
- X. **Almanya'daki Yaşayan Türklerin Göçmen Tüketici Etnosentrizmi**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
Nisan Kitabevi, 2018
- XI. **Cultural Effects in Tourism: Cultural Shock and Acculturation**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
Social Sciences Research in the Globalizing World, Recep Efe, Editör, St. Kliment Ohridski University Press, Sofya, ss.451-465, 2018
- XII. **İşletmelerde Üretim ve Pazarlama**
Eroğlu Hall E.
Genel İşletme, Erdoğan Zafer, Hepkul Ayşe, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.134-155, 2017
- XIII. **Fiyat ve Fiyat Kararlarının Yönetimi**
Eroğlu Hall E.
Pazarlama Yönetimi, Erdoğan Zafer, Eroğlu Elif, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.130-153, 2017
- XIV. **Tüketici Davranışı Kavramı ve Özellikleri**
EROĞLU E., NURTANIŞ VELİOĞLU M., BARIŞ G., TOKAY ARGAN M.
Tüketici Davranışları, Odabaşı Yavuz, Editör, Anadolu Üniversitesi, ss.2-23, 2013

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Mesleki ve Teknik Eğitim Hizmetlerinde Hizmet Kalitesinin İyileştirilmesi**
Karakaya Ö., Eroğlu Hall E., Sevim N.
VII. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Sempozyumu, Ankara, Türkiye, 15 - 17 Kasım 2019, ss.373-384
- II. **İnternette Turizm Ürünü Satın Alma Niyeti Üzerine Bir Araştırma**
Sevim N., Eroğlu Hall E.
5. Uluslararası Sosyal Beşerî ve Eğitim Bilimleri Kongresi, İstanbul, Türkiye, 19 - 20 Aralık 2019, ss.525-536
- III. **ÖZEL İLGİ TURİZMİ: Çanakkale Örneği**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
5. ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VE EĞİTİM BİLİMLERİ KONGRESİ, 19 - 20 Aralık 2019, ss.359-363
- IV. **Üniversite Öğrencileri Tatil Deyince Ne Bekliyor?**

Eroğlu Hall E., Sevim N.

5. Uluslararası Sosyal Beşeri ve Eğitim Bilimleri Kongresi, İstanbul, Türkiye, 19 - 20 Aralık 2019, ss.530-536

V. **3.DALGA KAHVECİLERİN POPÜLERLEŞME NEDENLERİ**

EROĞLU HALL E., SEVİM N.

5. ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VEEĞİTİM BİLİMLERİ KONGRESİ, İstanbul, Türkiye, 19 - 20 Aralık 2019

VI. **Bir Girişimin Uçtan Uca Yolculuğu**

Uzun M., Eroğlu Hall E., Sevim N.

1. Uluslararası İktisadi İdari Bilimler ve Yerel Yönetimler Kongresi, Ankara, Türkiye, 7 - 08 Aralık 2019, ss.276-285

VII. **TÜKETİCİLERİN AKILLI GÜVENLİK SİSTEMİ TERCİHLERİNDE ANKSİYETENİN ETKİSİ**

UZUN M., EROĞLU HALL E., SEVİM N.

1. ULUSLARARASI İKTİSADİİDARİ BİLİMLER VE YERELYÖNETİMLER KONGRESİ, Ankara, Türkiye, 7 - 08 Aralık 2019

VIII. **EĞİTİM 4.0 BAĞLAMINDA EĞİTİM HİZMETLERİNDEDEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜM**

Karakaya Ö., EROĞLU HALL E., SEVİM N.

VII. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Sempozyumu, 15 - 17 Kasım 2019

IX. **Kültürel Sok ve Turist Kültürleşmesi**

EROĞLU HALL E., SEVİM N., Karagöz Yüncü D.

1.ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VE EĞİTİM BİLİMLERİ KONGRESİ, İstanbul, Türkiye, 22 - 23 Aralık 2017

X. **ONLINE SEYAHAT ÜRÜNLERİ SATIN ALMA NİYETİNİN TEKNOLOJİ KABUL MODELİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ**

SEVİM N., EROĞLU HALL E., KARAGÖZ D.

1. Uluslararası Sosyal Beşeri ve Eğitim Bilimleri Kongresi, İstanbul, Türkiye, 22 - 23 Aralık 2017

XI. **Online Seyahat Ürünleri Satın Alma Niyetinin Teknoloji Kabul Modeline Göre Değerlendirilmesi**

SEVİM N., Karagaöz Yüncü D., EROĞLU HALL E.

1.ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VE EĞİTİM BİLİMLERİ KONGRESİ, İstanbul, Türkiye, 22 - 23 Aralık 2017

XII. **Gösterişçi Tüketim Davranışına Yönelik Eleştiriler: Ahmet Yılmaz'xxın Kitapları Üzerine Bir İnceleme**

KESKİN U., EROĞLU HALL E., SEVİM N.

2. Uluslararası Ekonomi Yönetimi ve Pazar Araştırmaları Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 24 - 25 Mart 2017, ss.104-105

XIII. **Food Acculturation in Tourism and Gastronomy**

YÜNCÜ H. R., EROĞLU HALL E., SEVİM N.

9th International Conference on Social Science and Humanities, Bangkok, Tayland, 26 - 27 Aralık 2016, ss.24-25

XIV. **The Impact of Social Media on Touristy Consumer Acculturation**

SEVİM N., EROĞLU HALL E.

International Conference on Economics Finance and Accounting, Los-Angeles, Şili, 22 - 23 Kasım 2016

XV. **Predicting Halal Food Consumption for MuslimTurkish Immigrants Living in Germany**

EROĞLU HALL E., SEVİM N.

18th Internatonal Conference on management and Decision Making, New York, Amerika Birleşik Devletleri, 6 - 07

Haziran 2016, cilt.18, ss.514-516

XVI. **Evaluation of Halal Food Purchase and Consumption Behavior of Immigrants**

EROĞLU HALL E., SEVİM N.

the 2nd International Conference on Management, Business, and Economics (ICMBE) & The 4th International

Conference on Tourism, Transport, and Logistics (ICTTL), San-Francisco, Kostarika, 12 - 14 Şubat 2016, ss.397-

404

XVII. **Ethnocentric Behaviors of Migrant Groups The Impact of Acculturation Ethnic Identity and Religion**

EROĞLU HALL E., SEVİM N.

Business and Social Science Research Conference: Paris 2015, Paris, Fransa, 21 - 22 Aralık 2015, cilt.16

XVIII. **The Changing Tourism Shopping Culture Souvenir Shopping Behaviors of the Tourists in Turkey**

EROĞLU HALL E.

the 18th Annual American Association of Behavioral and Social Sciences (AABSS) Conference, Amerika Birleşik

Devletleri, 9 - 10 Şubat 2015

XIX. **Halk Kültürü Ürünlerinin Pazarlanmasında İnternetin Etkisi**

ASLAN E.

Halk Kùltüründe İktisat ve Ticaret Uluslararası Sempozyumu, Şanlıurfa, Türkiye, 27 - 29 Nisan 2012

XX. Consumer Trust Impact on Online Shopping Intent

EROĞLU HALL E., SEVİM N.

17. Annual International Conference of the American Society of Business and Behavioral Sciences, Paris, Fransa, 20
- 22 Haziran 2014

Desteklenen Projeler

EROĞLU HALL E., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Amerika'da Yaşayan Türk Göçmenlerin Helal Gıda Satın Alma Niyet ve Davranışlarının Değerlendirilmesi, 2016 - 2017

Eroğlu Hall E., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Almanya da Yaşayan Müslüman Türk Göçmenlerin Helal Gıda Satın Alma ve Tüketim Davranışlarının Değerlendirilmesi, 2015 - 2016

EROĞLU HALL E., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Göçmen Tüketicilerde Etnosentrizm Almanya da Yaşayan Türk Göçmenler Üzerine Bir Uygulama, 2014 - 2015