|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | | |  |  |
|  |  | ERCAN TAŞKIN | | | | | | | | | |  |  |  |
|  |  | PROFESÖR | | | | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | **E-Posta Adresi** | | | | | : | ercantaskin2003@hotmail.com | | | | | | | |  |
|  |  |  |  | **Telefon (İş)** | | | | | : | 0274265203-2053 | | | | | | | |  |
|  |  |  |  | **Telefon (Cep)** | | | | | : | 5326663434 | | | | | | | |  |
|  |  |  |  | **Faks** | | | | | : |  | | | | | | | |  |
|  |  |  |  | **Adres** | | | | | : | DUMLUPINAR ÜNİ. İ.İ.B.F. İŞLETME BÖLÜMÜ BİNASI | | | | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | **Öğrenim Bilgisi** | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | Doktora | | |  | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/İŞLETME (DR) | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 1998 | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 2002 | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Tez adı: Bireysel Dönüşüm Paradigmasının Pazarlama Alanına Yansımaları: Öğrenen Pazarlama Kavramı- GSM’de Uygulama (2002) Tez Danışmanı:(Rıdvan Karalar) | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | Yüksek Lisans | | |  | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/İŞLETME (YL) (TEZLİ) | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 1996 | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 1/1998 | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Tez adı: Perakendeci Kurum Olarak Türkiye’de Süpermarket İşletmeciliğinin Analizi ve Bir Örnek Model Denemesi (1998) Tez Danışmanı:(Bülent Tokat) | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | Lisans | | |  | ANADOLU ÜNİVERSİTESİ | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR. | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 1986 | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 1991 | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | **Görevler** | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | PROFESÖR | | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN BÖLÜMÜ/ULUSLARARASI PAZARLAMA ANABİLİM DALI) | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | 2017 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | DOÇENT | | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI) | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | 2012-2017 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | YARDIMCI DOÇENT | | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI) | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | 2003-2012 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | ÖĞRETİM GÖREVLİSİ | | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/KÜTAHYA SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU) | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | 1999-2003 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | ARAŞTIRMA GÖREVLİSİ | | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ) | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | 1995-1997 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 1 | | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Yönetilen Tezler** | | | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | **Yüksek Lisans** | | | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2016 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 1. | | | GÜNER SELAMİ, (2016). Katılım bankacılığında müşteri değeri oluşturma ve Kuveyt Türk katılım bankası: Kütahya örneği, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 2. | | | ÖZGÜN KUDRET, (2016). İçsel pazarlamanın, örgütsel bağlılık ve iş ahlakı üzerine etkisi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 3. | | | ÇİÇEK YILDIRIM, (2016). Hizmet kalitesi müşteri memnuniyeti ilişkisi: Bir yükseköğretim yurdunda uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2015 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 4. | | | KOZAK SELMA, (2015). Yeşil pazarlama aracılığıyla, kurumsal kimlik oluşturmada sürdürülebilir tasarım; Yeşil üniversite örneği: DPÜ, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Grafik Anasanat Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 5. | | | BARAN ABDULBAKİ, (2015). Spor kulüplerinin marka kişiliğinin takımla özdeşleşme üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir çalışma, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 6. | | | KOSAT ALİ, (2015). Tüketicilerdeki spor sponsorluğu algısının marka değeri üzerine etkisi ve bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2014 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 7. | | | HAZNEDAROĞLU ZEKERİYYA, (2014). Örgütsel verimliliğin sağlanmasında bilgi yönetimi uygulamalarının etkisi (İstanbul İl Sağlık Müdürlüğü'nde bir uygulama), Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 8. | | | SÖYLEMEZ CEVAT, (2014). Tüketicilerin küresel marka algısı ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2013 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 9. | | | KIR HÜSEYİN, (2013). Yaş sebze ve meyve sektörü mevzuatının dağıtım kanalları açısından incelenmesi (1953-2013); 5957 sayılı Kanundan beklentiletiler, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2012 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 10. | | | ONUŞ MEHMET FATİH, (2012). Türkiye ve Avrupa Birliğinde KOBİ'lerin finansal ve teknolojik politikalarının karşılaştırılması, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 11. | | | METİN İREM, (2012). Müşteri şikâyet yönetimi-müşteri şikâyetleri hakkında gsm sektöründe bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 12. | | | ATA SEZEN, (2012). İkon marka kavramı üzerine tartışmalar, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2011 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 13. | | | ÇETİN AYFER, (2011). Kadın yöneticilierin cam tavan algısının cam tavanı aşma stratejilerine etkisi: Bursa ili tekstil sektöründe bir alan araştırması, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Eğitimi Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 14. | | | ÇEŞİTLİ RAMAZAN, (2011). Emniyet mensuplarının sosyal tesislerden faydalanma memnuniyet düzeyleri: Kütahya ili uygulaması, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 15. | | | FUNDA İSMAİL, (2011). Sivil toplum kuruluşlarının finansal kaynaklara ulaşmasında bilişim teknolojilerinin etkisi:Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nın analizi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 16. | | | KIZILTAN ALPER NEVZAT, (2011). Senaryo yaklaşımı ve Türkiye'de sigortacılık sektöründe uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 17. | | | YILMAZTÜRK GİZEM, (2011). Kadın moda dergilerinde sayfa tasarımı öğeleri: Cosmopolitan ve Süper dergilerinin içerik analizi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Grafik Anasanat Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 18. | | | ÇETİNKASAP MERVE, (2011). Pazarlama iletişiminde maskotun önemi ve Dumlupınar Üniversitesi merkez yerleşiminde lisans öğrencileri üzerine bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Grafik Anasanat Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 19. | | | OCAK HÜSEYİN, (2011). Osmanlı çini motiflerinden lale motifinin logolarda kullanımı ve DPÜSEM örneği, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Grafik Anasanat Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | | |  |  |  |
|  |  | 20. | | | AYDOĞDU FULYA, (2011). Bilgi teknolojileri kullanımının örgütsel başarı üzerine etkisinin analizi ve bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 21. | | HARMAN AKIN, (2011). Üniversite paradigmasında değişim: Dünya üniversitesi DPÜ örneği, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 22. | | İKBAL FADİME MENEKŞE, (2011). 2003-2010 EFQM Mükemmellik Modeli ve bir hizmet işletmesinde araştırma: 24 Eylül Anaokulu, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 23. | | ŞİMŞEK SÜLEYMAN, (2011). Örgütlerde güven olgusu: İstanbul Emniyet Müdürlüğü'nde uygulama çalışması, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 24. | | ÖKTEM İLYAS ÖNDER, (2011). Tanıtım afişlerinde karikatürün kullanımı ve bir şehir tanıtımı örneği doğrultusunda incelenmesi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Grafik Anasanat Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 2010 | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 25. | | TURHAN ELİF, (2010). Pazarlama iletişiminde web sitesinin rolü ve teknoloji sektöründe faaliyet gösteren web sitelerinde bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 26. | | SÜTÇÜ İSA, (2010). Endüstriyel pazarlarda marka değerinin satın alma kararına etkisi: İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesinde makina ve makina teçhizatı üretimi yapan firmalar üzerinde bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 27. | | UYARLAR UYGUN, (2010). Sağlıkta performans değerlendirme sisteminin kullanım alanları ve bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 28. | | DURMAZ YASEMİN, (2010). Lojistik ulaştırma faaliyetlerindeki hizmet kalitesinin müşteri değeri yaratmadaki rolü: Kütahya Yurt İçi Kargo Şirketinde bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 29. | | KOCAAĞA ALİ, (2010). Hizmet pazarlaması açısından eğitim hizmetlerinde kalite ve bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 2009 | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 30. | | ÖNAL KUTLU, (2009). Devlet hastanelerindeki müdürlük hizmetlerinin yönetim organizasyon sorunları ve çözüm önerileri: Kütahya devlet hastanelerinde örnek uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 31. | | CİNGÖZ MUAMMER, (2009). Eğitimde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisi: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 32. | | YAZLAK ÖZGÜL, (2009). Sağlık kurumlarında yönetim işlevleri bağlamında kurumsallaşma sürecinin incelenmesi ?Kütahya İl Sağlık Müdürlüğü uygulaması?, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 33. | | ÖZAL PERÇİN HARUN, (2009). Türkiye'de girişimcilik teşvikleri ve yeterliliği Ankara'da bir araştırma, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 34. | | BAŞOL AYNUR, (2009). Rekabette endüstrinin yapısal analizi ve ambalaj endüstrisi örneği, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 35. | | DERELİ AYDIN, (2009). Genç tüketicilerin marka sadakatlerinin ölçülmesi ve üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma: DPÜ örneği, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 36. | | BAYIR TACETTİN, (2009). Değişim sürecinde örgütsel bağlılığı etkileyen faktörlerin incelenmesi: Bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 37. | | SARIOĞLU SAİT, (2009). Marka isimlerinin dilsel analizi-Ülker ve Eti uygulaması, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 2008 | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 38. | | ERMUMCU HÜSEYİN, (2008). Kurumsal kimliğin algılanmasında görselliğin etkisi (Dumlupınar Üniversitesi örneği), Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Grafik Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 39. | | ÖZDEMİR MAİA, (2008). Pazarlama'da kültür kodu ve üçlü beyin teorisi ?Bursa ilinde konut ürünü üzerine bir uygulama?, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 40. | | MUTLU MEHMET, (2008). KOBİ'lerin başarısında liderliğin etkisi: Burdur- Bucak'ta KOBİ'ler üzerine bir araştırma, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 2007 | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 41. | | ELGÜN RIZA FERİDUN, (2007). Yöneticilerin koçluk uygulamalarının satış personelinin iş tatmini üzerine etkileri ve satış personeline yönelik uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  | 42. | | KAHRAMAN HAMİT, (2007). Pazarlama iletişimi araci olarak amaca yönelik pazarlama: Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.de bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | 3 | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 43. | | | ÖZYAŞAR HASAN, (2007). Uluslararası pazarlamada çevresel faktörlerden kültürün yeni ürünün kabulüne etkisi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 44. | | | EKER ERDEM, (2007). Hizmet süreci kalitesindeki değişimlerin müşteri memnuniyeti üzerine etkisinin servqual yöntemiyle ölçümü ve servis hizmetlerine yönelik bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 45. | | | KILIÇ SERKAN, (2007). Destinasyon pazarlamasında marka stratejileri ve Kütahya örneği, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Diğer | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 46. | | | KARAN ADİN CEMİLE, (2007). İşletmeden işletmeye e-ticaret ve Kütahya ilinde bilişim sektörü işletmelerinin incelenmesi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2006 | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 47. | | | DURUKAN FATMA NUR, (2006). Tüketici davranışlarında öğrenmenin rolü ve bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 48. | | | ÖZEVREN ELA, (2006). Yönetsel etkinligi sağlamada reklamın rolü ve bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Diğer | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 49. | | | İDİKURT MAŞALLAH, (2006). Değişen yeni ilköğretim programının öğretmen görüşlerine göre incelenmesi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Diğer | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 50. | | | AŞKAR ABDULLAH, (2006). Sağlık hizmetlerinde hasta hakları ve Kütahya Devlet Hastanesi örneği, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 51. | | | EKİCİ KENAN MEHMET, (2006). Toplam kalite yönetiminin uygulanabilirliği konusunda üst yönetimin bakış açısı ve PTT Genel Müdürlüğü üzerine ampirik bir çalışma, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Diğer | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 52. | | | ERGANİ BÜLENT, (2006). Öğrenen bir örgüt olarak üniversiteler: Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Meslek Yüksekokulu örneği, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2005 | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 53. | | | GİRGİN KEMAL, (2005). Etkili okul oluşturmada ilköğretim okulu müdürlerinin yönetim süreçleri bakımından öğretmen beklentilerini karşılama düzeyinin rolü ve bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 54. | | | ALTINTAŞ EMİNE, (2005). Hastanelerde kurumsal imaj oluşturmada halkla ilişkilerin rolü ve Kütahya SSK hastanesi'nde bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2004 | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 55. | | | BOZKURT YAVUZ, (2004). Türkiye'de çevre yönetiminin etkinliği ve Ereğli Şeker Fabrikası'nda bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 56. | | | AYDIN MEHMET, (2004). Tekel ortamından rekabet ortamına geçişte pazar yönlülük ve Türk Telekom uygulaması, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2003 | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 57. | | | BAYCA İL BİLGE ASLIHAN, (2003). Türkiye`de tarım ürünleri pazar yapısı ve tarımsal pazarlama sistem ve organizasyonları ve Kütahya örneği, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | **Doktora** | | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2017 | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 58. | | | DÜGER YAVUZ SELİM, (2017). İçsel markalaşma: marka tutumları, vatandaşlığı ve performansı ilişkisi üzerine yapısal eşitlik modellemesi analizi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 59. | | | ŞAHİN FATİH, (2017). Yükseköğretim kurumlarında güncel gelişmeler ve ilişkisel pazarlamanın kaynak avantajı teorisi bakış açısıyla yükseköğretim kurumlarında etkileri: Uşak Üniversitesi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2016 | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 60. | | | ŞAYLAN ONUR, (2016). Endüstriyel ürün pazarlamasında kamu kurumlarının rekabet gücü açısından yeniden yapılandırılması TEMSAN örneği, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 61. | | | ALKAYA ALKAN, (2016). Sosyal medya sayfalarının müşteri sermayesi üzerine etkilerinin incelenmesi, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  | 62. | | | YILMAZ ŞENAY, (2016). Beş faktör kişilik kuramına göre kişilik özelliklerinin hedonik tüketim değerleri üzerine etkisi: Bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2015 | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | 4 | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |
|  |  | 63. | | | | | KAHRAMAN HAMİT, (2015). Pazar yönlülük, işletmeler arası işbirliği ve girişimci yönlülüğün KOBİ'lerde inovasyonu arttırmaya etkisi: Ampirik bir yaklaşım, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2013 | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |
|  |  | 64. | | | | | KAYIK MUSTAFA, (2013). İlişkisel pazarlama kapsamında e-hizmet kalitesi, e-müşteri memnuniyeti ve e-müşteri bağlılığı arasındaki ilişkinin analizi: Bir alan araştırması, Dumlupınar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Projelerde Yaptığı Görevler:** | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  | Yeşil Pazarlama Aracılığıyla Kurumsal Kimlik Oluşturmada Sürdürülebilir Tasarım Yeşil Üniversite Örneği DPÜ, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, Yürütücü, , 25/11/2014 - 18/10/2015 (ULUSAL) | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | 1. | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  | MARKA PERFORMANSI OLUŞTURMADA İÇSEL MARKALAŞMANIN ROLÜNÜ BELİRLEMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, Yürütücü:TAŞKIN ERCAN,Araştırmacı:ZORTUK MAHMUT,Araştırmacı:ERGUN ÖZLER NEZİRE DERYA,Araştırmacı:DÜGER YAVUZ SELİM, , 14/08/2015 - 28/11/2017 (ULUSAL) | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | 2. | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  | DPÜ ÖĞRENCİLERİNİN ve ÇALIŞANLARININ MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN ARTTIRILMASINA YÖNELİK MODEL ÖNERİSİ, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, Yürütücü, , 12/04/2017 (Devam Ediyor) (ULUSAL) | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  | 3. | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **İdari Görevler** | | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN BÖLÜMÜ/ULUSLARARASI TİCARET ANABİLİM DALI | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | Anabilim Dalı Başkanı | | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  | 2014 | | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN BÖLÜMÜ | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | Bölüm Bşk. | | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  | 2012 | | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | Anabilim Dalı Başkanı | | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  | 2011 | | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/KÜTAHYA SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | MYO/Yüksekokul Müdürü | | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  | 2015-2015 | | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/SÜREKLİ EĞİTİM UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | Arş. Uyg. Merkezi Müdürü | | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  | 2010-2011 | | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | Bölüm Başkan Yardımcısı | | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  | 2008-2009 | | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ/KÜTAHYA TEKNİK BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | MYO/Yüksekokul Müdür Yardımcısı | | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  | 2002-2008 | | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Dersler \*** | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  | Öğrenim Dili | Ders Saati | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | **2016-2017** | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | Lisans | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Genel İşletme I | | | | | | | | | Türkçe | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Lojistik ve Dağıtım Kanalları Yönetimi | | | | | | | | | Türkçe | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Pazarlama İlkeleri | | | | | | | | | Türkçe | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Pazarlama Yönetimi | | | | | | | | | Türkçe | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Genel İşletme | | | | | | | | | Türkçe | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Genel İşletme II | | | | | | | | | Türkçe | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar | | | | | | | | | Türkçe | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Reklam Grafiği | | | | | | | | | Türkçe | 3 | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 5 | | | | | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Modern Pazarlama Kuramının Temelleri | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Yeni Ekonomi ve Pazarlama | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | İlişkisel Pazarlama | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Pazarlama Stratejileri | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  | **2015-2016** | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | Lisans | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Genel İşletme II | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Pazarlama İlkeleri | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Lojistik ve Dağıtım Kanalları Yönetimi | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Genel İşletme I | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Pazarlama Yönetimi | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Reklam Grafiği II | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Modern Pazarlama Kuramının Temelleri | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Yeni Ekonomi ve Pazarlama | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Reklam Grafiği I | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | İlişkisel Pazarlama | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Pazarlama Stratejileri | | | | Türkçe | | 3 | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Eserler** | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:** | | | | | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  | ALKAYA ALKAN,TAŞKIN ERCAN (2017). The Impact of Social Media Pages on Customer Equity and Purchase Intention An Empirical Study of Mobile Operators. Journal of Business Research - Turk, 3(9), 122-133., Doi: 10.20491/isarder.2017.291 (Yayın No: 3642976) | | | | | | | |  |  |  |
|  |  | 1. | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | BARAN ABDULBAKİ,TAŞKIN ERCAN (2017). SPOR KULÜBÜNÜN MARKA KİŞİLİĞİNİN TAKIMLA ÖZDEŞLEŞME ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİ BELİRLEMEYE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(52), 52-74. (Yayın No: 3517192) | | | | | | | |  |  |  |
|  |  | 2. | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | BARAN ABDULBAKİ,TAŞKIN ERCAN (2017). GÜVEN, İLETİŞİM VE EMPATİ BAĞLAMINDA İLİŞKİSEL PAZARLAMANIN TÜKETİCİ TEMELLİ MARKA DEĞERİNE ETKİSİ: GSM OPERATÖR KULLANICILARI ÜZERİNDE BİR UYGULAMA. International Journal of Social Sciences and Education Researc, 3(2), 361-378. (Yayın No: 3429252) | | | | | | | |  |  |  |
|  |  | 3. | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,KOSAT ALİ (2016). TÜKETİCİLERDEKİ SPOR SPONSORLUĞU ALGISININ MARKA DEĞERİ ÜZERİNE ETKİSİ. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Afro-Avrasya Özel Sayısı, 1-17. (Yayın No: 3076645) | | | | | | | |  |  |  |
|  |  | 4. | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,KAHRAMAN HAMİT (2016). KOBİ LERDEKİ İNOVASYONU ARTTIRMADA PAZAR YÖNLÜLÜK GİRİŞİMCİ YÖNLÜLÜK VEİŞLETMELER ARASI İŞ BİRLİĞİNİN BÜTÜNSEL ETKİSİ. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Afro-Avrasya Özel Sayısı, 535-555. (Yayın No: 3076781) | | | | | | | |  |  |  |
|  |  | 5. | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | SÖYLEMEZ CEVAT,TAŞKIN ERCAN (2015). Tüketicilerin Küresel Marka Algısı Ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi. DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ(45), 34-48. (Yayın No: 2217295) | | | | | | | |  |  |  |
|  |  | 6. | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,DÜGER YAVUZ SELİM,SÖYLEMEZ CEVAT,Boz Dursun,POLAT FIRAT (2014). İlişkisel Pazarlamada İletişim Güven Ve Empati Boyutları Ve Özel EğitimKurumlarında Bir Uygulama Kütahya İl Merkezi Örneği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Özel Sayısı, 7-12. (Yayın No: 2374250) | | | | | | | |  |  |  |
|  |  | 7. | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,ÇOKAY FİLİZ ,KURT MURAT,EBEOĞLUGİL HÜSEYİN FEYYAZ,ÖZYAŞAR HASAN,BARAN ABDULBAKİ (2014). ÖZEL HASTANELERDE İLİŞKİSEL PAZARLAMA UYGULAMASI. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(41), 121-130. (Yayın No: 3454603) | | | | | | | |  |  |  |
|  |  | 8. | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 6 | | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:** | | |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,BENGÜL SAFİYE SÜREYYA (2014). SİGORTA SEKTÖRÜNDE İLİŞKİSEL PAZARLAMA UYGULAMALARININ MÜŞTERİ BAĞLILIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİ ÖLÇMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA VE MODEL ÖNERİSİ. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi EYİ 2013 Özel Sayısı , 503-522. (Yayın No: 3455225) | |  |  |  |
|  |  | 9. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | DEMİRELİ CEMALETTİN,TAŞKIN ERCAN,ÇETİNKASAP MERVE (2014). Marka-Maskot Bütünleşmesi Turkcell Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 19(1), 159-166. (Yayın No: 3454441) | |  |  |  |
|  |  | 10. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | ÇAKMAK ZEKİ,TAŞKIN ERCAN,ŞAYLAN ONUR (2013). Kurumsal Kaynak Planlaması ERP Sisteminde Kritik Başarı Faktörlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi(35), 1-21. (Yayın No: 2374372) | |  |  |  |
|  |  | 11. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,ŞENER HABİBE YELDA (2013). Sağlık Turizm Markası: Kütahya. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(36), 253-260. (Yayın No: 2374331) | |  |  |  |
|  |  | 12. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,DEMİRELİ CEMALETTİN (2013). Üniversite Öğrencilerinin Bulundukları Şehre Ekonomik Katkıları Kütahya İl Merkezi Örneği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (37), 321-328. (Yayın No: 2374316) | |  |  |  |
|  |  | 13. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,ÇETİN AYFER (2012). Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısının Cam Tavanı Aşma Stratejilerine Etkisi Bursa Örneği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(33), 19-34. (Yayın No: 2374349) | |  |  |  |
|  |  | 14. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | ÇAKMAK ZEKİ,TAŞKIN ERCAN,SAYLAN ONUR (2012). A Research on Determining user Satisfaction in the Enterprise Resource Planning ERP. European Journal of Social Sciences, 34(3), 493-504. (Yayın No: 2871517) | |  |  |  |
|  |  | 15. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,SARIOĞLU SAİT (2011). The Linguistic Analysis of Brand Names with The Analytic Hierarchy Process and An Application In Turkish Biscuit Market. Internetional Research Journal, 7(1) (Yayın No: 2871522) | |  |  |  |
|  |  | 16. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,DURMAZ YASEMİN (2010). The Role of Service Quality of the Logistic Activities in Creating Customer Value and a Research on the Institutional Customers of Yurtici Cargo. European Journal Economics, Finance and Administrative Sciences(23) (Yayın No: 2871740) | |  |  |  |
|  |  | 17. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,KARA HAKAN,POYRAZ KEMAL (2009). Dönüşen Pazarlarda Tekel İşletmelerinin Rekabet Davranışlarının Etkinleştirilmede Pazar Yönlülük Stratejisi Türk Telekom İncelemesi. Akademik Bakış Uluslar arası Hakemli Sosyal Bilimler E- Dergisi(16) (Yayın No: 2871785) | |  |  |  |
|  |  | 18. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,ZÜGÜL MUHİTTİN (2008). The Concept Of Social Stratifacation Approach To Determine Social Classes And AGB Scale Application For Kütahy. Herald Of Üniversity Of Economy And Enterprise Popular sience Periodical Journal, 187-203. (Yayın No: 2871786) | |  |  |  |
|  |  | 19. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,DEMİRELİ CEMALETTİN,Cingöz Muammer (2007). Yüksek Öğretimde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü nde Bir Uygulama. Khazar Journal of Humanities and Social Sciences, 12(1-2), 552-567. (Yayın No: 2374281) | |  |  |  |
|  |  | 20. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,DEMİRCİ MUSTAFA KEMAL,YUCA UMUT (2006). Öğrenen Örgüt Pazarlama Yönelimli Öğrenen Okul Boyutlarının Analizi Kütahya İli Özel Eğitim Kurumları Uygulaması. kademik Bakış Uluslar arası Hakemli Sosyal Bilimler E- Dergisi(9) (Yayın No: 2871782) | |  |  |  |
|  |  | 21. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,DEMİRCİ MUSTAFA KEMAL (2005). Küreselleşme Boyutlu Stratejik Marka Yönetimi. Türk Dünyası İşletme Fakültesi Dergisi(4), 189-201. (Yayın No: 2871775) | |  |  |  |
|  |  | 22. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,SÖNMEZ SEMİH (2005). Kurumsal imaj oluşturmada halkla ilişkilerin rolü ve bir alanaraştırması. Akademik Bakış Uluslararası Sosyal Bilimler E-Dergisi (Yayın No: 3043777) | |  |  |  |
|  |  | 23. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,KARA HAKAN (2004). Üniversite Öğrencilerinin Otobüs İşletmelerinin Kalitesini Algılamaları Serqual Yöntemli Bir Araştırma. Akademik Bakış Uluslar arası Hakemli Sosyal Bilimler E- Dergisi(1) (Yayın No: 2871778) | |  |  |  |
|  |  | 24. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler :** | | |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,DÜGER YAVUZ SELİM (2017). Marka Vatandaşlığı ve MarkaPerformansı Oluşturmadaİçsel Markalaşmanın Rolü. 1st International Congress on Vacational and Technical Sciences, 925-939. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3565741) | |  |  |  |
|  |  | 1. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | ALKAYA ALKAN,TAŞKIN ERCAN (2017). Effectiveness of Social Media Activities on Value Equity: A Case Study on Mobile Operators. International Conference on Decision Making for Small and Medium Sized Enterprises (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3551962) | |  |  |  |
|  |  | 2. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | ALKAYA ALKAN,TAŞKIN ERCAN (2017). Effevtiveness of Social Media Avtivities on Value Equity: A Case Study on Mobile Operators. International Conferance on Decision Making for Small and Medium-Sized Enterprises (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3551955) | |  |  |  |
|  |  | 3. |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 7 | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | SÖYLEMEZ CEVAT,BARAN ABDULBAKİ,TAŞKIN ERCAN (2017). Y Kuşağı Tüketicilerinin Sosyal Medyaya Karşı Tutumu ve Satınalma Niyeti Üzerindeki Etkisi. Innovation and Global Issues in Social Sciences, 572-580. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3615727) | | |  |  |  |  |
|  |  | 4. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | SÖYLEMEZ CEVAT,BARAN ABDULBAKİ,TAŞKIN ERCAN (2017). Y Kuşağı Tüketicilerinin Sosyal Medyaya Karşı Tutumu ve Satınalma Niyeti Üzerindeki Etkisi. Innovation and Global Issues in Social Sciences, 663-667. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3615720) | | |  |  |  |  |
|  |  | 5. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,SAYLAN ONUR,DÜGER YAVUZ SELİM (2017). KAMU KURUMLARININ ENDÜSTRİYEL ÜRÜN PAZARLAMASIAÇISINDAN REKABET GÜCÜNÜN İNCELENMESİ: ENERJİSEKTÖRÜNDE BİR VAKA ANALİZİ. 1th International Congress On Vacational and Technical Sciences, 911-924. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3565743) | | |  |  |  |  |
|  |  | 6. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,BARAN ABDULBAKİ (2016). The Effect of Relationship Marketing in The Context of Trust Communication and Empathy to Customer Based Brand Equity AnApplication on Gsm Sector Users. 2nd International Conference onSocial Sciences and Education Research, 35-35. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3038679) | | |  |  |  |  |
|  |  | 7. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,KOSAT Ali (2016). EFFECT OF SPORT SPONSORSHP PERCEPTION OF CONSUMERS ONTO THE BRAND VALUE. INTERNATIONAL CONGRESS ON AFRO-EURASIAN RESEARCH I, 71-71. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3038218) | | |  |  |  |  |
|  |  | 8. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,KAHRAMAN HAMİT (2016). THE TOTAL EFFECT OF MARKET ORIENTATION ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND INTERFIRMCOLLABORATION AT ENHANCING INNOVATION IN SMES. INTERNATIONAL CONGRESS ON AFRO-EURASIAN RESEARCH I, 70-70. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3037831) | | |  |  |  |  |
|  |  | 9. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,DÜGER YAVUZ SELİM (2016). İçsel Markalaşma İle Marka Vatandaşlığı Davranışı Arasındaki İlişkiye YönelikAmpirik Bir Araştırma. 2. Uluslararası Osmaneli Sosyal Bilimler Kongresi, 1043-1051. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3039179) | | |  |  |  |  |
|  |  | 10. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | SÖYLEMEZ CEVAT,TAŞKIN ERCAN,ER İÇLEM (2016). Effect of Intercity Transportation Companies Perceived Service Quality on Customer Satisfaction A Study on College Students. X. European Conference on Social and Behavioral Sciences (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2869704) | | |  |  |  |  |
|  |  | 11. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,YILMAZ ŞENAY (2016). The Effect of Personality Characteristics of Consumers on Hedonic Consumption Behavior. X. European Conference on Social and Behavioral Sciences (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2869702) | | |  |  |  |  |
|  |  | 12. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,KIRMIZI CANAN (2016). Pazarlama Cenneti İnstagram Yeni Trend İnstagram Pazarlamasının Genç Tüketiciler Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. 3. Uluslararası İşletme Öğrencileri Kongresi (Özet Bildiri/)(Yayın No:2869686) | | |  |  |  |  |
|  |  | 13. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,BARAN HİLAL (2016). Tüketici Etnosentrizminin Marka Bağlılığı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. 3. Uluslararası İşletme Öğrencileri Kongresi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2869695) | | |  |  |  |  |
|  |  | 14. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,BARAN HİLAL (2016). Tüketici Etnosentrizminin Marka Bağlılı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. 3. Uluslararası İşletme Öğrencileri Kongresi, 214-222. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3565766) | | |  |  |  |  |
|  |  | 15. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,BARAN ABDULBAKİ (2015). Perception of football fans about brand personality of their teams and a research on determining the level of identification with their teams. The Portuguese Marketing Conference 2015, 128-139. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:2220325) | | |  |  |  |  |
|  |  | 16. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,YILMAZ METİN,SÖYLEMEZ CEVAT,KARAŞ GÖKSEL (2015). Ege Bölgesi nin Kalkınma Ve İhracat İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. I. Uluslararası Kafkasya-Orta Asya Dış Ticaret Ve Lojistik Kongresi, 75-86. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:2218136) | | |  |  |  |  |
|  |  | 17. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | ŞAHİN FATİH,TAŞKIN ERCAN (2014). Resource Advantage R A Theory Of Competition Implication Of Public Higher Education Institutions In Turkey. International Conference on Quality in Higher Education (ICQH), 378-380. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2871493) | | |  |  |  |  |
|  |  | 18. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,SÖYLEMEZ CEVAT (2014). Küreselleşmenin Marka Üzerine Etkisi Küresel Marka Kavramı. IV. Internatıonal CongressCaucasus And Central Asıa In The Globalization Process (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:2871498) | | |  |  |  |  |
|  |  | 19. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,BENGÜL SAFİYE SÜREYYA (2013). Sigorta Sektöründe İlişkisel Pazarlama Uygulamalarının Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma ve Model Önerisi. XIV. International Symposium on Ecomometrıcs, Operations Research and Statistics (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2871515) | | |  |  |  |  |
|  |  | 20. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:  C1. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar:** | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | GİRİŞİMCİLİK VE İŞ PLANI (2016)., DURAN CENGİZ,GİDERLER CEREN,KAYABAŞI AYDIN,TAŞKIN ERCAN,ALTINBAY ALİ,BÜBER HARUN,ERGUN ÖZLER NEZİRE DERYA,YILDIRIM SÖYLEMEZ ESRA,YURDAKUL MÜBERRA,KARAHAN FERİT,DİL ŞAHİN MELTEM, Academia Yayınevi, Editör:TAŞKIN ERCAN, DURAN CENGİZ, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 294, ISBN:978-605-4931-42-2, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3036307) | | |  |  |  |
|  |  |  | 1. | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | 8 | | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | İkon Marka Kavramı Üzerine Tartışmalar (2014)., TAŞKIN ERCAN,DEMİRELİ CEMALETTİN,ATA SEZEN, Detay Yayıncılık, Türkçe(Araştırma (Tez Hariç) Kitabı), (Yayın No: 2871511) | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | Lojistik Faaliyetler (2012)., TAŞKIN ERCAN,DURMAZ YASEMİN, Detay Yayıncılık, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 2871513) | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 3. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | Marka ve Marka Stratejileri (2007)., TAŞKIN ERCAN, Yargı Yayınevi, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 373, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3465001) | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 4. | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | **C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:  C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:** | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | Girişimcilik ve İş Planı, Bölüm adı:(Girişimcilik ve Girişimcilikle İle İlgili Olan Kavramlar) (2016)., DURAN CENGİZ,GİDERLER CEREN,KAYABAŞI AYDIN,TAŞKIN ERCAN,ALTINBAY ALİ,BÜBER HARUN,ERGUN ÖZLER NEZİRE DERYA,YILDIRIM SÖYLEMEZ ESRA,YURDAKUL MÜBERRA,KARAHAN FERİT,DİL ŞAHİN MELTEM, Academia Yayınevi, Editör:Taşkın Ercan, Duran Cengiz, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 294, ISBN:978-605-4931-42-2, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3044451) | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 1. | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | KÜTAHYA ŞEHİR KİMLİĞİ ÇALIŞTAYI SONUÇ RAPORU ARALIK 2014, Bölüm adı:(ŞEHİR KİMLİĞİNİN KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVESİ) (2015)., BOZKURT YAVUZ,TAŞKIN ERCAN, ÇEVRE VE ŞEHİRCİLİK BAKANLIĞI, Basım sayısı:1, Türkçe(Araştırma (Tez Hariç) Kitabı), (Yayın No: 2219489) | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2. | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | PAZARLAMA İLKELER VE YÖNETİM, Bölüm adı:(Makro Pazarlama Çevresi, Mikro Pazarlama Çevresi) (2014)., ERDOĞAN BAYRAM ZAFER,ŞENER HABİBE YELDA,BAKIRTAŞ HÜLYA,TAŞKIN ERCAN,ER İÇLEM,KİRACI HAKAN,DEMİRELİ CEMALETTİN,EROĞLU HALL ELİF,KAYABAŞI AYDIN,DOĞAN ÇİFCİ SEMRA,TORUN TOLGA,ÖZATA FATMA ZEYNEP,ÖZGÜNER KILIÇ HİCRAN, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Editör:Erdoğan Bayram Zafer, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 577, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3454427) | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 3. | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | İŞLETMECİLİK KURAM VE UYGULAMA, Bölüm adı:(PAZARLAMA YÖNETİMİ) (2013)., GÜMÜŞTEKİN GÜLTEN,AYDEMİR MUZAFFER,DEMİRCİ MUSTAFA KEMAL,TAŞKIN ERCAN,KEÇEK GÜLNUR,AKTAŞ RAFET,ÜNAL SEYFETTİN,ERGUN ÖZLER NEZİRE DERYA,ÖZLER HAYRETTİN,YURDAKUL MÜBERRA, DETAY YAYINCILIK, Editör:MUSTAFA KEMAL DEMİRCİ, Basım sayısı:3, Sayfa Sayısı 452, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3454157) | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 4. | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | Bireyden Profesyonele Kariyere İlk Adım (2008)., TAŞKIN ERCAN, Ekin Yayın Evi, Sayfa Sayısı 0, ISBN:978-9944-141-34-5, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 28190) | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 5. | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | Güncel Pazarlama Yaklaşımından Seçmeler (2008)., TAŞKIN ERCAN, Detay Yayıncılık, Sayfa Sayısı 0, ISBN:978-9944-223-36-2, Türkçe, (Yayın No: 28189) | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 6. | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :** | | | | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,YENİ ZEHRA (2016). İçsel Pazarlama Faaliyetlerinin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi(11), 63-86. (Kontrol No: 2869714) | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 1. | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | SARAÇOĞLU METİN,DURAN CENGİZ,TAŞKIN ERCAN (2010). Girişimcilikte Yaratıcılığın Üç Boyutu Birey Süreç ve Ürün. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(2), 1-14. (Kontrol No: 2871739) | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2. | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,KAHRAMAN HAMİT (2008). Amaca Yönelik Pazarlama ve Turkcell Örneği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(20), 237-255. (Kontrol No: 2871770) | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 3. | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,SEVİM ŞERAFETTİN,AKSOY ÖZGÜR (2007). Pazarın Algılanan Marka İmajına Göre Bölümlendirilmesi Turkcell Örneği. Pazarlama Dünyası Dergisi(5), 47-55. (Kontrol No: 2871766) | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 4. | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,YURDAKUL MÜBERRA,KİRACI HAKAN (2006). Sanal Alışveriş Olgusuna İlişkin Uygulamalı Bir Araştırma. Pazarlama Dünyası Dergisi(5), 40-45. (Kontrol No: 2871765) | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 5. | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,ŞENER HABİBE YELDA (2005). Türkiye Sigorta Pazarının Avrupa ve A B D Sigorta Pazarları ile Karşılaştırma. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Sosyal Siyasal Konferanslar Özel sayısı Prof. Dr. Turan Yazgan’a Armağan 49. Kitap, 995-1020. (Kontrol No: 2911416) | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 6. | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,YILMAZ ABDULLAH,BOZKURT YAVUZ (2005). Doğal Kaynakların Korunmasında Çevre Yönetiminin Etkinliği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(13), 15-30. (Kontrol No: 2871773) | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 7. | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,ŞENER HABİBE YELDA (2004). Küreselleşme Sürecinde Türk Sigorta Sektörünün Önüne Çıkabilecek Sorunlar Bu Sorunları Aşabilmek İçin Alınması Gereken Önlemler Global Normlu Sigorta Sektörü. Reasüror Dergisi(51), 14-24. (Kontrol No: 2911411) | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 8. | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,POYRAZ KEMAL,KARA HAKAN (2004). Demiryolları İşletmesinde Müşteri Tatminin Ölçülmesi ve Bir Uygulama. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(11), 73-88. (Kontrol No: 2871759) | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 9. | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,GÜVEN ÖMER ZAFER (2003). Turizmde Bölgesel Tanıtım ve Pazarlama. Pazarlama Dünyası Dergisi(4), 52-56. (Kontrol No: 2871756) | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 10. | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  | 9 | | | | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :** | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | TAŞKIN ERCAN,BÜYÜK KÖKSAL (2002). Hizmet Pazarlaması Açısından Eğitim Hizmetlerinde Kalite Kütahya daki Özel Dersane Öğrencileri İle İlgili Bir Saha Araştırması. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(7), 203-224. (Kontrol No: 2871754) | | | | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 11. | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **E. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler:** | | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,SÖYLEMEZ CEVAT (2015). Küreselleşme Ve Küresel Marka Algısının Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi. 20. Ulusal Pazarlama Kongresi, 613-620. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:2217749) | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | 1. |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,SÖYLEMEZ CEVAT,BARAN ABDULBAKİ (2014). Turizm Pazarlamasında Üniversite Öğrencilerinin Rolü Kütahya Dpü Örneği. VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 140-146. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:2871508) | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | 2. |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,MERCAN NURAY,ALAMUR BAYRAM (2013). Marka İmajı İle Güven Ve Güven İle Bağlılık Arasındaki İlişki Üzerinde Özdeşleşmenin Düzenleyici Etkisi. 18.Ulusal Pazarlama Kongresi, 313-322. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:2871504) | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | 3. |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,KAYABAŞI AYDIN,KİRACI HAKAN (2010). Rekabetçi Yöntemlerin Firma Performansı Üzerine Etkisi İnegöl Firmaları Üzerine Bir Alan Araştırması. 15. Ulusal Pazarlama Kongresi, 546-560. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:2871736) | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | 4. |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,DEMİRCİ MUSTAFA KEMAL,OYUR EMİNE (2005). Yerel Medya Örgütlerinde Örgütsel İletişim Engelleri Çözüm Yolları ve Kütahya İli Örneği. 3. Ulusal Meslek Yüksek Okulları Sempozyumu (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:2911442) | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | 5. |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,KARA HAKAN (2005). İnternet Kullanımı ve Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Kütahya daki Cafe lerde Yerel Bir Arştırma. X. Türkiye’deki İnter Konfreransı, 1-8. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:2911437) | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | 6. |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | TAŞKIN ERCAN,ŞENER HABİBE YELDA (2005). Uluslararası Giyim Pazarında Marka Oluşturma Süreci. Marka Yönetimi Sempozyumu, 391-399. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:2911447) | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  | 7. |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Editörlük** | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 1. | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Girişimcilik ve İş Planı, Kitap, Editör, Academia Yayınevi | | | | | |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Üniversite Dışı Deneyim** | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2012-2015 | | | **Danışman** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | TEMSAN, (Ticari (KİT)) | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  | 10 | | | | | |  |