

Prof. Dr. EYYUP YARAŞ

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 242 310 6401](tel:+902423106401)

Fax Telefonu: [+90 242 227 4454](tel:+902422274454)

E-posta: eyaras@akdeniz.edu.tr

Web: <https://avesis.akdeniz.edu.tr/eyaras>

Posta Adresi: Akdeniz Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim D:
Kampus/ Antalya

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: QiPvIMsAAAAJ

ORCID: 0000-0001-5753-8598

Publons / Web Of Science ResearcherID: C-1809-2016

ScopusID: 15078156100

Yoksis Araştırmacı ID: 126782

Eğitim Bilgileri

Doktora, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, Türkiye 1999 - 2004

Yüksek Lisans, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Türkiye 1997 - 1999

Lisans, Selçuk Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye 1992 - 1996

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

Doktora, Marka Değeri Algılaması ve Pazarlama Karması İlişkisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Pazarlama, 2004

Yüksek Lisans, Ailenin Satınalma Kararlarında Kadının Rolü ve Kayseri`de Bir Uygulama, Erciyes Üniversitesi, Sosyal
Bilimler Enstitüsü, İşletme, 1999

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2014 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2011 - 2014

Yrd. Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2005 - 2011

Araştırma Görevlisi, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama, 1997 - 2004

Verdiği Dersler

Lisans

Marka Yönetimi, Lisans, 2016 - 2017

Yönetilen Tezler

YARAŞ E., Tüketicilerin Oyuncak Satınalma Davranışları ve Ülke Orijini Etkisi Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans, M.Çiçek(Öğrenci), 2011

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- Consumers' Psychology Regarding Attachment to Social Media and Usage Frequency: A Mediated-Moderated Model**
Karayalçın C., YARAŞ E.
Behavioral Sciences, cilt.14, sa.8, 2024 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES AND PURCHASE INTENTIONS: INVESTIGATING MEDIATING AND DIRECT EFFECTS REGARDING BRAND EQUITY DIMENSIONS**
KARAYALÇIN C., YARAŞ E.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.17, sa.3, ss.619-646, 2024 (Hakemli Dergi)
- Küresel Tüketici Kültürü Temelinde Kültürleşme Ve Kişisel İstekler: Genç Yetişkinlerden Bulgular**
Dokumacı E. U. K., Yaras E.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.15, sa.1, ss.1-28, 2022 (Hakemli Dergi)
- Emmy ödüllü dizilerde alkol ve sigara ürün yerleştirme uygulamalarının içerik analizi yöntemi ile incelenmesi**
Yaraş E., Yetkin Özbük R. M., Çorlu P.
Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.20, sa.3, ss.67-84, 2018 (Hakemli Dergi)
- Keeping Up With the Joneses - The Effect of Individual Cultural Values on Conspicuous Consumption**
Kıymalıoğlu A., Yaraş E., Aydın Ünal D.
ISTANBUL BUSINESS RESEARCH, cilt.47, sa.1, ss.88-100, 2018 (Hakemli Dergi)
- Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi**
YARAŞ E., YETKİN ÖZBÜK R. M., ÇORLU P.
Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi Dergisi, cilt.20, sa.3, ss.67-84, 2018 (Hakemli Dergi)
- Factors affecting consumers' intention to purchase online**
Yaraş E., Yetkin Özbük R. M., Aydın Ünal D.
İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.63-74, 2017 (Hakemli Dergi)
- Examination of the Online Reviews' Perceived Helpfulness: The Review's Possibility of Being Helpful and the Number of Helpful Votes Taken**
Yetkin Ozbuk M., YARAŞ E., Sen A.
ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF THE SCHOOL OF BUSINESS, cilt.46, sa.2, ss.179-187, 2017 (Hakemli Dergi)
- TÜKETİCİLERİN ALIŞVERİŞ MERKEZİ TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER**
YARAŞ E., YETKİN ÖZBÜK R. M., GÖNCÜ Z. Ü.

Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.16, sa.32, ss.274-284, 2016 (Hakemli Dergi)

- IX. **Tüketicilerin alışveriş merkezi tercihlerini etkileyen faktörler**
Yaraş E., Yetkin Özbük R. M., Göncü Z. Ü.
Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.16, sa.32, ss.274-285, 2016 (Hakemli Dergi)
- X. **Analyzing factors distinguishing e buyers from brick and mortar buyers**
YARAŞ E., AYTAÇ M. B.
İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, cilt.7, sa.1, ss.5-19, 2016 (Hakemli Dergi)
- XI. **KÜRESEL PAZARA GİRİŞ KARARININ BULANIK AHP VE BULANIK TOPSIS YAKLAŞIMIYLA ANALİZİ**
SÖYLER H., YARAŞ E.
Manas Journal of Social Studies, cilt.5, sa.4, ss.77-96, 2016 (Hakemli Dergi)
- XII. **Tüketicilerin Riskten Kaçınma Düzeylerine Göre Sanal Alışveriş Risk Algısı ve Sanal Plansız Tüketim Eğilimlerinin Belirlenmesi**
Yeniçeri T., YARAŞ E., Akın E.
ULUSLARARASI İKTİSADİ VE İDARİ İNCELEMELER DERGİSİ, cilt.9, ss.146-164, 2012 (Hakemli Dergi)
- XIII. **TÜKETİCİLERİN RİSKTEN KAÇINMA DÜZEYLERİNE GÖRE SANAL ALIŞVERİŞ RİSK ALGISI VE SANAL PLANSIZ TÜKETİMEĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİ**
Yeniçeri T., YARAŞ E., AKIN E.
International Journal of Economic and Administrative Studies, cilt.5, sa.9, ss.145-164, 2012 (Hakemli Dergi)
- XIV. **TÜKETİCİLERİN ÇEVRE BİLİNCİ DÜZEYLERİNİ BELİRLEMİYÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**
YARAŞ E., AKIN E., ŞAKACI B. K.
Öneri Dergisi, cilt.9, sa.35, ss.117-126, 2011 (Hakemli Dergi)
- XV. **İndirimli Mağazalarda Müşteri Satın Alma Değeri, Müşteri Memnuniyeti, Ağızdan Ağıza İletişim Ve Müşteri Sadakati İlişkisi**
Yeniçeri T., YARAŞ E., zengin a. y.
Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, sa.20, ss.367-386, 2010 (Hakemli Dergi)
- XVI. **İndirimli mağazalarda müşteri satın alma değeri, müşteri memnuniyeti, ağızdan ağıza iletişim ve müşteri sadakati ilişkisi**
YENİÇERİ T., YARAŞ E., ZENGİN A. Y.
SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.10, sa.20, ss.367-386, 2010 (Hakemli Dergi)
- XVII. **The Role Of Health Related Factors On Consumer Attitudes Towards Organic Products In Turkey**
YARAŞ E., Yeniçeri T., yaşin b.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ, cilt.12, sa.1-2, ss.147-175, 2009 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Mağaza Markalı Ürün Satın Alan Tüketiciler ile Satılmayan Tüketiciler arasında Algılanan Risk Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma**
YARAŞ E., Yeniçeri T., zengin a. y.
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED), cilt.2, sa.18, ss.198-217, 2009 (Hakemli Dergi)
- XIX. **Satış Elemanlarının Duygusal Zekâsının Bir Göstergesi Olarak Algılanan Performans, Satış ve Müşteri Odaklılık**
varinli i., YARAŞ E., başalp a.
e-Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi (elektronik), cilt.10, sa.1, ss.159-179, 2009 (Hakemli Dergi)
- XX. **Tüketicilerin Farklı Perakendeci Denkliği Algılama Seviyelerine Göre Perakendeci Denkliği Boyutlarının Algılanmasında, Satınalma Niyetinde ve Demografik Özelliklerdeki Farklılıklar**
YARAŞ E., Yeniçeri T.
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, cilt.8, sa.31, ss.167-177, 2009 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Ülke İmajı ve Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Benzerliğin Türk Malı Ürünlerin Algılanması Üzerindeki Etkisi**

- Yaraş E.
Avrasya Etüdüleri, cilt.1, sa.35, ss.73-98, 2009 (Hakemli Dergi)
- XXII. **TÜKETİCİLERİN FARKLI PERAKENDECI DENKLİĞİ ALGILAMA SEVİYELERİNE GÖRE PERAKENDECI DENKLİĞİ BOYUTLARININ ALGILANMASINDA, SATINALMA NİYETİNDE VE DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERDEKİ FARKLILIKLAR**
YENİÇERİ T., YARAŞ E.
ÖNERİ, cilt.8, sa.31, ss.167-176, 2009 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **Mağaza Markalı Ürün Satın Alan Tüketiciler ile Satılmayan Tüketiciler arasında Algılanan Risk Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma**
YARAŞ E., Yeniçeri T., ZENGİN A. Y.
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.18, sa.2, ss.198-217, 2009 (Hakemli Dergi)
- XXIV. **Duygusal Zekanın Müşteri Odaklılık ve Satış Performansı Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma**
VARİNLİ İ., YARAŞ E., BAŞALP A.
Ege Akademik Bakış Dergisi, cilt.9, sa.1, ss.113-130, 2009 (Hakemli Dergi)
- XXV. **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**
varinli İ., YARAŞ E., BAŞALP A.
Satış Elemanlarının Duygusal Zekasının Bir Göstergesi Olarak Algılanan Performans, Satış ve Müşteri Odaklılık, cilt.10, ss.159-179, 2009 (Hakemli Dergi)
- XXVI. **Tüketicileri Plansız Satınalma Eğilimleri İtibariyle Pazar Bölümleri Halinde İnceleme**
YARAŞ E., AKIN E., ŞAKACI B. K.
Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, sa.18, ss.114-128, 2009 (Hakemli Dergi)
- XXVII. **Tüketicilerin Demografik Özelliklerine Göre Moda Bilinç Düzeylerinin Değerlendirilmesi**
YARAŞ E.
Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.131-148, 2008 (Hakemli Dergi)
- XXVIII. **Determining Consumer Based Retailer Equity and Discrimination of Frequent Shoppers: An Empirical Study**
YARAŞ E., Yeniçeri T., akturan u.
BOGAZICI JOURNAL: REVIEW OF SOCIAL, ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE STUDIES, cilt.22, sa.1-2, ss.73-88, 2008 (Scopus)
- XXIX. **Tüketicilerin Fiyat Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma**
YARAŞ E.
Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.8, ss.281-300, 2008 (Hakemli Dergi)
- XXX. **Pazarlama Karması Kararlarının Tüketicinin Marka Değeri Algılaması Üzerine Etkisi**
YARAŞ E.
Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü, cilt.16, sa.52, ss.26-38, 2005 (Hakemli Dergi)
- XXXI. **THE ROLE OF PSYCHOGRAPHICS IN EXPLAINING STORE BRAND BUYING BEHAVIOR**
KURTULUŞ K., KURTULUŞ S., YENİÇERİ T., YARAŞ E.
Boğaziçi Journal, cilt.19, ss.99-113, 2005 (Hakemli Dergi)
- XXXII. **Tüketicilerin Pazarlama Karması Kararları ve Marka Değeri Algılamalarına Göre Kümeler Halinde İncelenmesi**
YARAŞ E.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.19, ss.349-372, 2005 (Hakemli Dergi)
- XXXIII. **Perakendeci Markalı Ürün Satın Alan Bayan Tüketicilere İlişkin Alt Pazar Bölümlerinin Oluşturulması Üzerine Bir Pilot Araştırma**
kurtuluş S., Yeniçeri T., YARAŞ E.
İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi. E.A. İşletme Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, cilt.30, sa.1, ss.51-67, 2001 (Hakemli Dergi)
- XXXIV. **Perakendeci Markası Tüketicilerinin Tercihleri ve Bu Tüketicileri Ayırmada Kullanılabilecek Temel**

Değişkenler Üzerine Bir Pilot Araştırma

kurtuluş S., kurtuluş K., Yeniçeri T., YARAŞ E.

Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü, cilt.12, sa.38, ss.24-40, 2001
(Hakemli Dergi)

XXXV. Perakendeci Markası Tüketicilerinin Tercihleri ve Bu Tüketicileri Ayırmada Kullanılabilecek Temel Değişkenler Üzerine Bir Pilot Araştırma

KURTULUŞ S., kurtuluş K., Yeniçeri T., YARAŞ E.

İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Dergisi, Yönetim, cilt.12, sa.38, ss.24-40, 2001
(Hakemli Dergi)

XXXVI. Bilimsel Araştırmaların Değerlendirilmesi Konusunda Bir Öneri

kurtuluş K., kurtuluş S., YARAŞ E.

Pazarlama Dünyası Dergisi, cilt.14, sa.4, ss.4-7, 2000 (Hakemli Dergi)

Kitaplar

I. SPSS UYGULAMALI PAZARLAMADA ARAŞTIRMA TEKNİKLERİ

Nakip M., YARAŞ E.

SEÇKİN, Ankara, 2017

II. PAZARLAMA ARAŞTIRMALARINA GİRİŞ

NAKİP M., YARAŞ E.

Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2016

III. SPSS Uygulamalı Pazarlama Araştırmalarına Giriş

Nakip M., YARAŞ E.

Seçkin Yayıncılık, 2016

IV. Bilimsel Araştırmalarda Kaynaklara Ulaşma ve Gösterimi

YARAŞ E.

Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri, Ünal S., Editör, Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Erzurum, ss.1-24, 2011

V. Nitel Araştırma Yöntemleri

YARAŞ E.

Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri, Ünal S., Editör, Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Erzurum, ss.1-25, 2011

Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler

I. KENTLERİN MARKALAŞMASINDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER VE TURİZM İLİŞKİSİ

YARAŞ E.

I. Uluslararası Abana Sempozyumu: Geçmişten Günümüze Kastamonu/Kent-Kültür-Kimlik, 20 - 21 Mayıs 2016

II. The Effects of Culture, Lifestyle and Psychographic Features on The Expected Benefit From The Brand

YARAŞ E.

ICOPEC, İstanbul, Türkiye, 28 - 30 Haziran 2016, ss.143-166

III. THE EFFECTS OF CULTURE LIFESTYLE AND PSYCHOGRAPHIC FEATURES ON THE EXPECTED BENEFIT FROM THE BRAND

YARAŞ E.

STATE, ECONOMIC POLICY, TAXATION AND DEVELOPMENT, 28 - 30 Haziran 2016

IV. Global Pazara Giriş Kararının Risk Değerlemede Bulanık Yaklaşım

Söyler H., YARAŞ E.

17th International Symposium On Econometrics, Operations Research and Statistics, Sivas, Türkiye, 2 - 04 Haziran

2016, ss.518-519

- V. **Kentlerin Markalaşmasında Etkili Olan Faktörler ve Turizm İlişkisi**
YARAŞ E.
I. Uluslararası ABANA Sempozyumu – Geçmişten Günümüze Kastamonu / Kent-Kültür-Kimlik, Kastamonu, Türkiye, 20 - 21 Mayıs 2016, ss.51-55
- VI. **TÜKETİCİLERİN ALIŞVERİŞ MERKEZİ TERCİHLERİNİN KARARYÖNTEMLERİ ARACILIĞI İLE BELİRLENMESİ**
yüzükırmızı M., YARAŞ E., Yeniçeri T.
7th International Congress on Entrepreneurship(ICE 2016), 12 - 14 Mayıs 2016, ss.1087-1103
- VII. **Tüketicilerin Alışveriş Merkezi Tercihlerinin Karar Yöntemleri Aracılığı İle Belirlenmesi**
yüzükırmızı m., YARAŞ E., Yeniçeri T.
7th International Congress on Entrepreneurship (ICE 2016), Bişkek, Kırgızistan, 12 - 14 Mayıs 2016, ss.1087-1103
- VIII. **Riskten Kaçınma Düzeyine Göre Tüketicilerin Sanal Alışverişe Yönelik Risk Algısının ve Plansız Sanal Tüketim Eğiliminin Farklılaşp Farklılaşmadığının Belirlenmesi**
Yeniçeri T., YARAŞ E., AKIN E.
15. Ulusal Pazarlama Kongresi, Aydın, Türkiye, 26 - 29 Ekim 2010, ss.641-646
- IX. **Sustainable Tourism Development In Developing Countries: Overview of Ukraine's Tourism Industry**
YARAŞ E., yaşin b.
Topical Problems of social economic development of regions International scientific-practical conference, Simferepol, Rusya, 16 - 18 Nisan 2010, ss.72-81
- X. **Kola Markası Tercihlerini Tüketicilerin Etnosentrik ve Sosyo-Psikolojik Özelliklerine Göre Tahminleme**
Yeniçeri T., YARAŞ E., Zengin A. Y.
14.Ulusal Pazarlama Kongresi, Yozgat, Türkiye, 14 - 17 Ekim 2009, ss.266-278
- XI. **Kola markası tercihlerini tüketicilerin etnosentrik ve sosyo psikolojik özelliklerine göre tahminleme**
Yeniçeri T., YARAŞ E., ZENGİN A. Y.
14. Ulusal Pazarlama Kongresi, Yozgat, Türkiye, 14 - 17 Ekim 2009, ss.266-278
- XII. **Identifying The Effects of Price Perceptions on Prestige Sensitivity**
YARAŞ E.
Topical Problems of social economic development of regions International scientific-practical conference, Simferepol, Ukrayna, 12 Nisan 2009, ss.72-85
- XIII. **Examining Consumer Perceived Risk Dimensions Related to Store Brands with Structural Equation Modeling**
Yeniçeri T., YARAŞ E., zengin a. y.
Ankara University International Conference on Market, Marketing, Antalya, Türkiye, 6 - 09 Nisan 2009, ss.985-993
- XIV. **Owners vs. Non-Owners of Loyaty Cards: Identifying the Discriminating Variables Concerning Retailer Equity Perception and Purchasing Behavior**
Yeniçeri T., YARAŞ E., akturan u.
Academy of Marketing Annual Conference, Reflective Marketing in a Material World, Scotland, Birleşik Krallık, 7 - 10 Temmuz 2008, ss.1-13
- XV. **Identifying The Factors Effecting The Brand Loyal Consumers: The Impacts Of Quality, Fashion, Brand Conscioussness And Confusion By Overchoice**
YARAŞ E., akturan u.
3rd International Conference On Business, Management And Economics, İzmir, Türkiye, 13 - 17 Haziran 2007, ss.97-106
- XVI. **Marka Değeri Algılamasında Tüketicileri Ayırmada Kullanılabilecek Temel Belirleyiciler**
YARAŞ E.
Marka Yönetimi Sempozyumu, Gaziantep, Türkiye, 14 - 15 Nisan 2005, ss.181-193
- XVII. **Tüketicilerin Ambalaja İlişkin Tutum ve Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma**
Okumuş A., YARAŞ E., Yeniçeri T.
8. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kayseri, Türkiye, 16 - 19 Ekim 2003, ss.253-269

- XVIII. **Determining Differences Between Retailer and Manufacturer Brand Buyers in Turkey**
kurtuluş K., kurtuluş S., harcAR t., Yeniçeri T., YARAŞ E.
Succeeding in a Turbulent Global Marketplace: Changes, Developments, Challenges, and Creating Distinct Competencies, Twelfth World Business Congress, British Columbia, Kanada, 25 - 29 Haziran 2003, ss.2-8
- XIX. **Predicting Retailer or Manufacturer Brand Preference of Consumers**
kurtuluş S., kurtuluş K., Yeniçeri T., YARAŞ E.
Globalization, Transformation, and Quality of Life: The Proceedings of the 8th International Conference on Marketing and Development, Thailand, Tayland, 4 - 07 Ocak 2003, ss.98-106
- XX. **Perakendeci Markalı Ürünleri Satın Alanları Ayırmada Kullanılabilecek Temel Belirleyiciler**
kurtuluş k., kurtuluş S., Yeniçeri T., YARAŞ E.
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erzurum, Türkiye, 28 Haziran - 01 Temmuz 2001, ss.199-209
- XXI. **Tüketicilerin Perakendeci Markası Tercihleri Üzerine Bir Pilot Araştırma**
kurtuluş K., kurtuluş S., Yeniçeri T., YARAŞ E.
5. Ulusal Pazarlama Kongresi, Antalya, Türkiye, 16 - 18 Kasım 2000, ss.349-372
- XXII. **Ailenin Satın Alma Kararlarında Çalışma Durumuna Göre Kadının Rolü**
Nakip M., YARAŞ E.
4.Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 18 - 22 Kasım 1999
- XXIII. **Ailenin Satın Alma Kararlarında Çalışma Durumuna Göre Kadının Rolü**
Nakip m., YARAŞ E.
4. Ulusal Pazarlama Kongresi, Hatay, Türkiye, 18 - 20 Kasım 1999, ss.246-257

Metrikler

Yayın: 68

Atf (WoS): 3

H-İndeks (WoS): 1