

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

ORCID: 0000-0001-5753-8598

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

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 Karmaşı 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

Araştırma Görevlisi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 1997 - 1999

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

- 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)

Kitap & Kitap Bölümleri

- SPSS UYGULAMALI PAZARLAMADA ARAŞTIRMA TEKNİKLERİ**
Nakip M., YARAŞ E.
SEÇKİN, Ankara, 2017
- PAZARLAMA ARAŞTIRMALARINA GİRİŞ**
NAKİP M., YARAŞ E.
Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2016
- SPSS Uygulamalı Pazarlama Araştırmalarına Giriş**
Nakip M., YARAŞ E.
Seçkin Yayıncılık, 2016
- 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
- Nitel Araştırma Yöntemleri**
YARAŞ E.
Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri, Ünal S., Editör, Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Erzurum, ss.1-25, 2011

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- KENTLERİN MARKALAŞMASINDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER VE TURİZM İLİŞKİSİ**
YARAŞ E.
I. Uluslararası Abana Sempozyumu: Geçmişten Günümüze Kastamonu/Kent-Kültür-Kimlik, 20 - 21 Mayıs 2016
- 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
- THE EFFECTS OF CULTURE LIFESTYLE ANDPSYCHOGRAPHIC 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 Değerlemesinde 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 Farklılaşım 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: 63

Atf (WoS): 3

H-İndeks (WoS): 1