

# Doç. Dr. NACİ BÜYÜKDAĞ

## Kişisel Bilgiler

**E-posta:** nbuyukdag@akdeniz.edu.tr

**Diğer E-posta:** buyukdagnaci@gmail.com

**Web:** https://avesis.akdeniz.edu.tr/nbuyukdag

**Posta Adresi:** Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Konyaaltı, Antalya

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-9836-5942

Publons / Web Of Science ResearcherID: C-1067-2016

Yoksis Araştırmacı ID: 215657

## Eğitim Bilgileri

2015 - 2020	Doktora, Akdeniz Üniversitesi, İşletme, İşletme, Türkiye
2008 - 2015	Yüksek Lisans, Akdeniz Üniversitesi, İşletme, İşletme, Türkiye
2011 - 2014	Lisans, Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme, Türkiye
2004 - 2008	Lisans, Akdeniz Üniversitesi, Fen-Edebiyat, Matematik, Türkiye

## Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

## Yaptığı Tezler

2020	"Benim Markam, Benim Dünyam" Tüketici-Marka Özdeşleşmesi Üzerine Yapısal Bir Model Önerisi, Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Doktora
2015	İMKB 100 endeks vadeli işlem sözleşmesinin etkinliğinin test edilmesi, Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Yüksek Lisans

## Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

## Akademik Unvanlar / Görevler

2022 - Devam Ediyor	Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Pazarlama Bölümü
2014 - Devam Ediyor	Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, Ayşe Sak Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Pazarlama
2014 - Devam Ediyor	Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, Ayşe Sak Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Pazarlama

## SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- The effect of the information channel on the investment decision: The bull and bear market and investment experience as a moderator**  
KOÇ USTALI N., KAYA A., GÜRLER H. E., BÜYÜKDAĞ N.  
Australian Journal of Management, 2023 (SSCI)

- II. **How to prevent food waste behaviour? A deep empirical research**  
AKA S., BÜYÜKDAĞ N.  
JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, cilt.61, 2021 (SSCI)
- III. **Antecedents of consumer-brand identification in terms of belonging brands**  
Büyükdağ N., Kitapçı O.  
JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, cilt.59, 2021 (SSCI)
- IV. **The effect of specific discount pattern in terms of price promotions on perceived price attractiveness and purchase intention: An experimental research**  
Büyükdağ N., Soysal A. N., Kitapçı O.  
JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, cilt.55, 2020 (SSCI)

## **Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler**

- I. **The effect of brand awareness, brand image, satisfaction, brand loyalty and WOM on purchase intention: An empirical research on social media**  
BÜYÜKDAĞ N.  
Business & Management Studies: An International Journal, cilt.9, sa.4, ss.1380-1398, 2021 (Hakemli Dergi)
- II. **Otomobil Fiyatlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Covid-19 Döneminde bir Araştırma**  
BÜYÜKDAĞ N.  
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.18, sa.3, ss.1887-1902, 2021 (Hakemli Dergi)
- III. **Tüketici Tatminini Etkileyen Faktörler: Turizm Sektöründe Bir Uygulaması**  
Büyükdağ N.  
Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.20, sa.4, ss.2096-2108, 2021 (Hakemli Dergi)
- IV. **Rafting Su Sporları İşletmelerinin Sorunları Ve Çözüm Önerileri**  
GÜLMEZ M., SOYSAL A. N., BÜYÜKDAĞ N.  
Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, cilt.6, sa.12, ss.99-111, 2019 (Hakemli Dergi)
- V. **Uluslararası pazara Giriş Kararını Etkileyen Faktörler Üzerine Kavramsal Bir Araştırma**  
BÜYÜKDAĞ N., YENİDOĞAN T.  
Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi, cilt.2, sa.1, ss.21-46, 2019 (Hakemli Dergi)
- VI. **The Effect of Marketing Expenditures on Business Performance: Time Series Analysis on Causality**  
Büyükdağ N., Kaya A., Kitapçı O.  
JOURNAL OF APPLIED ECONOMICS AND BUSINESS RESEARCH, cilt.9, sa.4, ss.197-211, 2019 (Hakemli Dergi)
- VII. **Does The E-Loyalty Increase As The Consumer's Access To The Internet Increases? An Empirical Study In Turkey**  
BÜYÜKDAĞ N., KİTAPCI O.  
İşletme Araştırmaları Dergisi (Journal of Business Research-Türk), cilt.9, sa.4, ss.139-154, 2017 (Hakemli Dergi)
- VIII. **A Conceptual Study on the Effect of Social Media Sites on Brand Dimensions**  
BÜYÜKDAĞ N., SOYSAL A. N., KİTAPCI O.  
The Journal of International Scientific Researches, cilt.2, sa.8, ss.46-53, 2017 (Hakemli Dergi)
- IX. **Müşteri Ara Yüz Özellikleri ile E-Bağlılık Arasındaki İlişkide E-Tatminin Aracılık Etkisi**  
Büyükdağ N., Kitapçı O., Kangal Demir A.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.9, sa.3, ss.326-344, 2017 (Hakemli Dergi)
- X. **Social Media, Product Groups and Turkish Consumers**  
BÜYÜKDAĞ N., KİTAPCI O.  
International Journal of Management and Applied Science, cilt.3, sa.9, ss.83-87, 2017 (Hakemli Dergi)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

- I. **YENİLENEBİLİR ENERJİDE PAZARLAMA**

BÜYÜKDAĞ N.

YENİLENEBİLİR ENERJİYE FARKLI BAKIŞLAR, Prof. Dr. Selahattin Yavuz ve Dr. Öğr. Üyesi Turgut Karabulut, Editör, Nobel Bilimsel Eserler, Ankara, ss.21-40, 2022

**II. A Review on Consumer-Brand Identification**

BÜYÜKDAĞ N.

ADMINISTRATIVE AND ECONOMICS SCIENCES Theory, Current Researches and New Trends 4, Faruk KALAY, Editör, İvpe Yayınevi, Cetinje, ss.87-99, 2022

**III. A Bibliometric Analysis of the Price Promotion**

BÜYÜKDAĞ N.

Developments in Financial and Economic Fields at the National and Global Scale, Şahin KARABULUT, Editör, Gazi Kitapevi, Ankara, ss.149-161, 2022

**IV. A Bibliometric Research On Corporate Social Responsibility (CSR)**

BÜYÜKDAĞ N.

Ulusal Ve Küresel Ölçekte Tüm Yönleriyle Pazarlama, Şahin KARABULUT, Editör, Gazi Kitapevi, Ankara, ss.1-16, 2022

**V. Tüketici Davranışları ve Sosyal pazarlama**

BÜYÜKDAĞ N.

Tüketici Davranışları III Güncel Akademik Araştırmalar, Davut KARAMAN, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, ss.49-72, 2021

**VI. YEŞİL PAZARLAMA: SİSTEMATİK BİR DERLEME**

Büyükdağ N.

Pazarlamada Güncel çalışmalar, Davut KARAMAN, Editör, İksad Yayınevi, Ankara, ss.95-123, 2020

## **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

**I. The Effect of the Gender As a Moderator on The Relationship Between Self-image Congruity and Memory**

BÜYÜKDAĞ N.

8th International Management and Social Sciences Conference, İstanbul, Türkiye, 06 Kasım 2021

**II. The Effect of the Innovative Service Behaviour on Business Performance: Hotel Stars Rating as a Moderator**

SOYSAL A. N., BÜYÜKDAĞ N.

8th International Management and Social Sciences Conference, İstanbul, Türkiye, 06 Kasım 2021

**III. The Effect of Regret on Consumer-Brand Identification: Country of Origin as a Moderator**

Büyükdağ N.

14th International Congress on Social Studies with Recent Researches , Antalya, Türkiye, 29 - 31 Ekim 2021, ss.22

**IV. Memories' Mediator Effect on the Relationship Between Culture and Destination Loyalty**

Büyükdağ N., Soysal A. N.

14th International Congress on Social Studies with Recent Researches , Antalya, Türkiye, 29 - 31 Ekim 2021, ss.51

**V. RAFTING SU SPORLARI İŞLETMELERİNİN SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

GÜLMEZ M., SOYSAL A. N., BÜYÜKDAĞ N.

ASEAD VI. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER SEMPOZYUMU, Antalya, Türkiye, 2 - 05 Kasım 2019, cilt.II, ss.99-111

**VI. Fiyat Tutundurmalarının Algılanan Fiyat Çekiciliği Üzerine Etkisi: Ampirik Bir Araştırma**

BÜYÜKDAĞ N., SOYSAL A. N., KİTAPCI O.

MMRA MArketing Congress, Aydın, Türkiye, 1 - 04 Mayıs 2019, ss.634-639

**VII. Sosyal Medya Ortamında Marka İmajı ve Satın Alma Niyeti İlişkisine Ağızdan Ağıza İletişimin Aracılık Etkisi**

BÜYÜKDAĞ N., KİTAPCI O.

3rd International Conference on Economic and Social Impacts of Globalization, Antalya, Türkiye, 5 - 07 Ekim 2017, cilt.1, sa.1, ss.37

- VIII. **Sosyal Medya Sitelerinin Marka Boyutları Üzerindeki Etkisine Yönelik Kavramsal Bir Çalışma**  
BÜYÜKDAĞ N., SOYSAL A. N., KİTAPCI O.  
22. Pazarlama Kongresi, Trabzon, Türkiye, 28 Eylül - 30 Ekim 2017, cilt.1, sa.1, ss.259-268
- IX. **TURİZMDE YENİLİKÇİ GİRİŞİM: TEMA PARK OTEL ÖRNEĞİ**  
EKİCİ R., GÜVEN A., BÜYÜKDAĞ N.  
The First International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability, Mersin, Türkiye, 28 Eylül - 30 Ekim 2017, ss.507-519
- X. **Social Media, Product Groups and Turkish Consumers' Preference**  
BÜYÜKDAĞ N., KİTAPCI O.  
International Conference on Science, Social Science and Economics (IC3SE), Paris, Fransa, 13 - 14 Temmuz 2017, cilt.1, sa.1, ss.1-5
- XI. **E-Tatminin Web Ara Yüz Özellikleri ile E-Bağlılık Arasındaki İlişkiye Aracılık Etkisi**  
BÜYÜKDAĞ N., KANGAL DEMİR A., KİTAPCI O.  
21. Pazarlama Kongresi Dijital Dünyada Pazarlama, Kütahya, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2016, ss.227-241

## Metrikler

Yayın: 31

Atıf (WoS): 62

Atıf (Scopus): 44

H-İndeks (WoS): 3

H-İndeks (Scopus): 3

## Kongre ve Sempozyum Katılımı Faaliyetleri

2017	7. Pazarlama Araştırmalarında Alternatif Yöntemler Sempozyumu, Antalya, Mayıs 2017, Katılımcı, Antalya, Türkiye
2016	6. Pazarlama Araştırmalarında Alternatif Yöntemler Sempozyumu (PAAYS'2016), Katılımcı, Denizli, Türkiye