

Doç. Dr. MAHMUT SAMİ İŞLEK



E-posta: msislek@ogu.edu.tr

Web: <https://avesis.ogu.edu.tr/msislek>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0001-9728-2961

Publons / Web Of Science ResearcherID: AAP-1897-2020

ScopusID: 57204534277

Yoksis Araştırmacı ID: 203481

Eğitim Bilgileri

- I. Doktora, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (Dr), Türkiye 2013 - 2019
- II. Yüksek Lisans, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Türkiye 2009 - 2012
- III. Lisans, Anadolu Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2004 - 2009

Yabancı Diller

- I. İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

- I. Doktora, Anadolu pazar sisteminde alıcı ve satıcı ilişkilerinin analizi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (Dr), 2019
- II. Yüksek Lisans, Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2012

Araştırma Alanları

Pazarlama, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi

Akademik Unvanlar / Görevler

- I. Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, TURİZM FAKÜLTESİ, TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BÖLÜMÜ, 2021 - Devam Ediyor
- II. Araştırma Görevlisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2018 - 2021
- III. Araştırma Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (Dr), 2014 - 2018
- IV. Araştırma Görevlisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2014 - 2014
- V. Araştırma Görevlisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2009 - 2014
- VI. Araştırma Görevlisi, Universiteit Twente, Nikos, 2012 - 2012

Akademik İdari Deneyim

- I. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, REKTÖRLÜK, 2019 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

- I. Marka Yönetimi, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022
- II. Brand Management, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022
- III. Dijital Pazarlama, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022
- IV. Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2021 - 2022
- V. Pazarlamanın Temelleri, Yüksek Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022
- VI. Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2021 - 2022
- VII. Dijital Pazarlama, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022
- VIII. Marka Yönetimi, Yüksek Lisans, 2020 - 2021
- IX. Uluslararası Ticaret ve Pazarlama, Lisans, 2020 - 2021
- X. Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2021 - 2022
- XI. Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2020 - 2021
- XII. Pazarlama ve Toplum, Yüksek Lisans, 2021 - 2022
- XIII. Uluslararası Ticaret ve Pazarlama, Lisans, 2020 - 2021
- XIV. Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2021 - 2022
- XV. Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2020 - 2021
- XVI. Marka İletişimi Yönetimi, Lisans, 2019 - 2020
- XVII. Pazarlama İletişimi, Lisans, 2019 - 2020

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Turizm Literatüründe Sosyal Pazarlama Araştırmaları: Bir Bibliyometrik Analiz**
İŞLEK M. S., ÇORBACI M.
Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, cilt.7, sa.1, ss.1-26, 2024 (Hakemli Dergi)
- II. **A Systematic Literature Review: Are Students Customers, or not?**
İŞLEK M. S., KOCAMAN R.
Abant Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.24, ss.76-102, 2024 (Hakemli Dergi)
- III. **Religiocentrism in consumption: a literature review**
Kamarruddin N. N. A., İşlek M. S.
JOURNAL OF ENTERPRISING COMMUNITIES-PEOPLE AND PLACES IN THE GLOBAL ECONOMY, cilt.18, sa.2, ss.207-220, 2024 (ESCI)
- IV. **The Role of Mental Well-Being in the Green Purchasing Behavior Effect of Self-Control**
İŞLEK M. S., AŞIK E.
Alanya Akademik Bakış, cilt.7, sa.3, ss.1321-1344, 2023 (Hakemli Dergi)
- V. **Çevreci Reklamlarda Yer Alan Bireylerin Algılanan Statüsünün Tüketici Satın Alma Niyetine Etkisinde Gösterişçi Tüketim Niyetinin Rolü**
AŞIK E., İŞLEK M. S.
Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.7, sa.3, ss.122-146, 2023 (Hakemli Dergi)
- VI. **Islamic Marketing and Branding: Theory and Practice**
İŞLEK M. S.
ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ İIBF DERGİSİ-ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.18, sa.1, ss.314-319, 2023 (ESCI)

- VII. **Bir Dönemsel Gönüllülük Olarak Salgın Gönüllülüğü: Vefa Sosyal Destek Gruplarına Katılan Gönüllüler Üzerine Bir Araştırma**
İŞLEK M. S.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.14, sa.2, ss.471-510, 2022 (Hakemli Dergi)
- VIII. **1980-2000 Yılları Arasındaki Video Oyun Sektörünün İncelemesi: Nintendo ve Sega Örneği**
ŞAAN T., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.22, sa.3, ss.911-930, 2022 (Hakemli Dergi)
- IX. **Post-Truth Çağında Pazarlama ve Tüketim**
PALA U., İŞLEK M. S.
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.22, sa.2, ss.375-384, 2021 (Hakemli Dergi)
- X. **The Effect of International Exchange Students' Satisfaction and Adaptation on the Intention to Recommend: Example of Eskişehir Osmangazi University**
İŞLEK M. S., Ozturk E.
ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ İİBF DERGİSİ-ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.16, sa.1, ss.87-109, 2021 (ESCI)
- XI. **Alternative Marketing Ethics Within the Context of the Madinah Markets and Akhi Organizations: The Anatolian Approach**
Erdoğan B. Z., Torlak Ö., Yılmaz C., Özmen M., İşlek M. S.
TURKISH JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, cilt.13, sa.2, ss.82-102, 2020 (ESCI)
- XII. **A Longitudinal Study of the Turkish Marketing Academia: What Has Changed and What Has Not in a Decade?**
Erdoğan B. Z., Doğan S., İşlek M. S.
YUKSEKOGRETİM DERGİSİ, cilt.10, sa.3, ss.301-311, 2020 (ESCI)
- XIII. **Pazarlama ve Tüketim Araştırmalarında Sosyal Bilim Kavrayışı** Kitap Eleştirisi: Demir, Ömer (2019). **Bilimin Üvey Çocukları: Sosyal Bilimlere Giriş, Sentez**, ISBN 978-6-0599-2296-8.
İŞLEK M. S.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.12, sa.1, ss.245-250, 2020 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Volunteer Management of Local and National Nonprofit Organisations: an exploratory study from Turkey**
TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.
INTERNATIONAL REVIEW ON PUBLIC AND NONPROFIT MARKETING, cilt.17, sa.2, ss.183-201, 2020 (ESCI)
- XV. **Anadolu Yaklaşımı Mümkün mü? Türk Girişimci Biyografi ve Otobiyografileri Üzerine Bir İnceleme**
İŞLEK M. S., ERDOĞAN B. Z.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.11, sa.2, ss.227-258, 2019 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Ritual as assemblage: feast of sacrifice experiences of Turkish consumers**
Torlak O., Ozmen M., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S., AY U.
JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, cilt.10, sa.2, ss.476-494, 2019 (ESCI)
- XVII. **Açıköğretim Sisteminin Görünen Yüzü: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Bürolarının Örgüt Kültürü Kapsamında Değerlendirilmesi**
ALTUNOĞLU A., KESKİN U., BÜYÜK K., ALTUNOĞLU M., İŞLEK M. S., ÇAKMAK M. N., KAŞIKARA L. S.
Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, cilt.4, sa.3, ss.96-116, 2018 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Türk Futbol Kültürünün Küreselleşme Kavram ve Süreçleri Bağlamında Değerlendirilmesi**
ÇAKMAK M. N., İŞLEK M. S., KESKİN U.
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.19, sa.33, ss.125-133, 2017 (Hakemli Dergi)
- XIX. **TÜRKİYE'DE KÂR AMAÇSIZ ÖRGÜTLERDE PAZARLAMA ÇALIŞMALARI (1999 – 2015): MERKEZ-ÇEVRE İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA MEVCUT DURUM VE YÖNELİMLER**
TORLAK Ö., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S., AY U.
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.0, ss.170-188, 2017 (Hakemli Dergi)
- XX. **Türkiye'de Kar Amaçsız Örgütlerde Pazarlama Çalışmaları (1999-2015): Merkez Çevre İlişkisi Bağlamında Mevcut Durumlar ve Yönelimler**

TORLAK Ö., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S., AY U.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, ss.170-188, 2017 (Hakemli Dergi)

- XXI. **Yöneticilerin ve Çalışanların Bakış Açısıyla Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllülerin Motivasyonları**
BÜYÜK K., İŞLEK M. S., ÇAKMAK M. N., TİLTAY M. A.

Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.16, sa.1, ss.303-323, 2016 (Hakemli Dergi)

- XXII. **Pazarlamaya Farklı Yaklaşımlar ve Kültürün Bu Yaklaşımlar Üzerindeki Rolü Anglo Sakson Alp
Germen ve Anadolu Yaklaşımlarının Karşılaştırılması**

ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S.

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.6, sa.12, ss.117-138, 2013 (Hakemli Dergi)

- XXIII. **Brand Communities in the Axis of Socializing Customers Sample of Volkswagen Beetle Owners
Turkey**

BAŞARAN ALAGÖZ S., EKİCİ N., İŞLEK M. S.

EGE ACADEMIC REVIEW, cilt.11, sa.3, ss.465-477, 2011 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Chapter 8 Students as Customers in the Design of an Erasmus Mundus Educational Program on
Neuromarketing**
İŞLEK M. S., Potra S. A., Pop M.
Dynamic Curriculum Development and Design Strategies for Effective Online Learning in Higher Education,
Walters Kelley, Editör, IGI Global, ss.137-154, 2023
- II. **Tüketici Ahlakı Bağlamında Lüks Tüketim ve Sürdürülebilirlik İlişkisi**
İŞLEK M. S., AŞIK E.
MAKRO VE MİKRO DÜZEYDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK TARTIŞMALARI (Yeşil İşletme, Çevresel, Sosyal ve Kurumsal
Yönetim, Kamuda Sürdürülebilirlik), Gönüllü Ozan, Editör, Gazi Kitapevi, Ankara, ss.1-22, 2023
- III. **Kişisel Satış**
İşlek M. S., Pala U.
Pazarlama İletişimi, Bayram Zafer Erdoğan, Mine Oyman, Editör, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, ss.119-
142, 2020
- IV. **İş Fikrinden Girişime**
Erdoğan B. Z., İşlek M. S.
Teknoloji, İnovasyon ve Girişimcilik, Cevahir Uzkurt, Gökhan Önder, Editör, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir,
ss.103-128, 2020
- V. **Endüstri 4.0 ve Tüketicilere Değer Yaratma: Nesnelerin İnterneti ve Yapay Zekâ Uygulamaları**
İşlek M. S.
Endüstri 4.0 Perspektifinden İşletme Fonksiyonları ve Dijital Dönüşüm, Yılmaz Nahit, Salur Nuri, Editör, Necmettin
Erbakan Üniversitesi Kültür Yayınları, Konya, ss.23-42, 2020
- VI. **Değer Yaratım ve Paylaşım Süreci Olarak Pazarlama**
ERDOĞAN B. Z., EKİCİ N., İŞLEK M. S., DOĞAN S.
Bilim Olarak Pazarlama, Erdoğan Bayram Zafer, Editör, Beta, İstanbul, ss.207-226, 2018
- VII. **Pazarlama ve Antropoloji Etkileşimi**
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S.
Bilim Olarak Pazarlama, Erdoğan Bayram Zafer, Editör, Beta, İstanbul, ss.125-138, 2018
- VIII. **Pazarlama, Toplum ve İşletme Etkileşimi**
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S.
Bilim Olarak Pazarlama, Erdoğan Bayram Zafer, Editör, Beta, İstanbul, ss.45-67, 2018
- IX. **Pazarlamaya Erdem Yönlü Yaklaşım (Anadolu Bakış Açısı)**
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S.
Bilim Olarak Pazarlama, Erdoğan Bayram Zafer, Editör, Beta, İstanbul, ss.185-206, 2018

- X. **Pazarlamaya İlişki Yönlü Yaklaşım:Alp-Germen Bakış Açısı**
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S.
Bilim Olarak Pazarlama, Erdoğan, Bayram Zafer, Editör, Beta, İstanbul, ss.157-186, 2018
- XI. **Web Tasarımında Müşteri Hizmetleri ve Desteği**
TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.
Web Tasarımı Satış ve Pazarlama, Tiltay, Muhammet Ali, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.74-101, 2017
- XII. **İş Yaşamında İnanın Gücü**
TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.
Profesyonel Yaşamda İmaj ve İtibar Yönetimi, Köksal Büyük, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.88-108, 2016
- XIII. **Sözsüz İletişim**
TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.
Profesyonel Yaşamda İmaj ve İtibar Yönetimi, Köksal Büyük, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.24-49, 2016

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Fit is important, but for which side? The mediating role of the perceived fit between customers' attitudes towards firm/non-profit and purchase/donation intent**
Tiltay M. A., İşlek M. S., Akpınar A., Şaan T., Tepe M. E.
22nd International Congress on Public and Nonprofit Marketing, Veszprém, Macaristan, 5 - 07 Temmuz 2023, ss.111-112
- II. **The effect of employee attitudes on satisfaction and loyalty: The mediating role of employee volunteering**
Tiltay M. A., İşlek M. S., Şaan T., Akpınar A., Tepe M. E.
22nd International Congress on Public and Nonprofit Marketing, Veszprém, Macaristan, 5 - 07 Temmuz 2023, ss.113-115
- III. **Need for Authentic Perspectives on Islamic Marketing”**
İşlek M. S.
13TH GLOBAL ISLAMIC MARKETING CONFERENCE, İstanbul, Türkiye, 18 - 20 Ekim 2022
- IV. **Video Oyun Konsollarının Pazarlama Tarihi: 1980-2000 Yılları Arasında Nintendo ve Sega Rekabeti Örneği**
ŞAAN T., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.
25. Pazarlama Kongres, Ankara, Türkiye, 30 Haziran 2021
- V. **Türk Girişimci Biyografi ve Otobiyografilerinde Anadolu Yaklaşımını Aramak**
İŞLEK M. S., ERDOĞAN B. Z.
10th Global Islamic Marketing Conference, Antalya, Türkiye, 23 - 25 Nisan 2019
- VI. **Assemblages of Denim: Transforming from Mundane to Remarkable Consumption Object**
KARABABA E., İŞLEK M. S., AY U.
2018 Association for Consumer Research Annual Conference, Dallas, Amerika Birleşik Devletleri, 11 - 14 Ekim 2018
- VII. **Ritüele Katılımdaki Rollere Göre Tüketici Tipolojileri**
TORLAK Ö., ÖZMEN M., İŞLEK M. S., AY U., TİLTAY M. A.
23. Pazarlama Kongresi, Türkiye, 23 - 27 Temmuz 2018
- VIII. **A Longitudinal Study of Turkish Marketing Academia: What has changed, what has not in a decade?**
ERDOĞAN B. Z., DOĞAN S., İŞLEK M. S.
2018 Global Marketing Conference at Tokyo, 26 - 29 Temmuz 2018, ss.36-49
- IX. **Assembling the Ritual: Consumer Experiences in a Diverse Network**
TORLAK Ö., ÖZMEN M., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S., AY U.
2017 Association for Consumer Research Conference, Duluth, MN, Amerika Birleşik Devletleri, 26 - 29 Ekim 2017,

cilt.45, ss.1062

- X. **Uluslararası Öğrenci Akademilerinde Yerel Paydaş Deneyimleri: Eskişehir İlinde Nitel Bir Araştırma**
İŞLEK M. S., ÇAKMAK M. N., KESKİN U.
3. Uluslararası Öğrenci Sempozyumu, Konya, Türkiye, 21 - 22 Ekim 2017
- XI. **Dini Bir Ritüel Olarak Kurban Bayramı: Türkiye Bağlamında Tüketici Deneyimleri**
TORLAK Ö., ÖZMEN M., TİLTAY M. A., AY U., İŞLEK M. S.
22. Pazarlama Kongresi, Trabzon, Türkiye, 28 - 30 Eylül 2017, ss.877-882
- XII. **The Journey of Marketing: From East to West and Back”**
ERDOĞAN B. Z., TORLAK Ö., ÖZMEN M., İŞLEK M. S.
8th Global Islamic Marketing Conference, 3 - 05 Mayıs 2017
- XIII. **Uluslararası Öğrenci Akademisinde Edinilen Deneyimler: Eskişehir 2015 Tecrübe Aktarımı**
İŞLEK M. S., KESKİN U., ÇAKMAK M. N.
1. Uluslararası Öğrenci Sempozyumu, 6 - 08 Kasım 2015
- XIV. **Volunteer Management of Local and National Nonprofit Organizations An Exploratory Study From Turkey**
TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.
45th Annual ARNOVA Conference, Washington, Kiribati, 17 - 19 Kasım 2016
- XV. **Türkiye de Kar Amaçsız Örgütlerde Pazarlama Çalışmaları 1999 2015 Merkez Çevre İlişkisi Bağlamında Mevcut Durum ve Yönelimler**
TORLAK Ö., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S., AY U.
21. Uluslararası Pazarlama Kongresi, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2016
- XVI. **Denim Consumption as Assemblage The Case of Female University Students in Eskişehir**
KARABABA E., İŞLEK M. S., AY U.
2016 Consumer Culture Theory Conference (2016 Tüketici Kültürü Teorisi Konferansı), 6 - 09 Temmuz 2016
- XVII. **A Historical Approach to Marketing from Anatolia Akhi Organizations**
ERDOĞAN B. Z., Torlak Ö., YILMAZ C., İŞLEK M. S.
Conference on Historical Analysis & Research in Marketing (CHARM), Long Beach, Amerika Birleşik Devletleri, 28 - 31 Mayıs 2015, cilt.17, ss.181-186
- XVIII. **Helal Gıda Tüketimine Yönelik Tutumların Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi**
ÖZTÜRK S. A., İŞLEK M. S., PALA U., sağ i.
19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 18 - 22 Haziran 2014
- XIX. **Şikâyet Davranışının Psikografik Faktörlere Göre İncelenmesi Karaman İli Örneği**
BAŞARAN ALAGÖZ S., İŞLEK M. S., BURUCUOĞLU M.
18. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 19 - 22 Haziran 2013
- XX. **Sosyal Medyada Kriz ve Kriz İletişimi**
BAŞARAN ALAGÖZ S., İŞLEK M. S.
9. Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Türkiye, 23 - 25 Haziran 2011
- XXI. **Relationship Marketing Approach And An Application In Service Sector Karaman Private Health Organizations**
BAŞARAN ALAGÖZ S., EKİCİ N., İŞLEK M. S.
THE PROCEEDINGS OF 6th INTERNATIONAL STRATEGIC MANAGEMENT CONFERENCE, 8 - 10 Temmuz 2010, ss.943
- XXII. **Nostalgic Gale On Marketing**
BAŞARAN ALAGÖZ S., EKİCİ N., İŞLEK M. S.
THE PROCEEDINGS OF 6th INTERNATIONAL STRATEGIC MANAGEMENT CONFERENCE, 8 - 10 Temmuz 2010, ss.1167

- I. Orakciođlu E., İşlek M. S., Erasmus Projesi, Pan-European Erasmus Mundus Master's Programme Design on Neuromarketing, 2022 - 2023
- II. İşlek M. S., Tiltay M. A., TÜBİTAK Projesi, Tüketicilerin ve Kar Amaçsız Örgütlere Bireysel Bağış Yapanların İşletmenin Hayırsever Sorumluluklarına Yönelik Algısı, 2021 - 2023
- III. İŞLEK M. S., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Anadolu Pazar Sisteminde Satıcı ve Alıcı İlişkilerinin Analizi, 2016 - 2019
- IV. İşlek M. S., Keskin U, Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Sosyal Bilimler Sözlüğü Oluşturmaya Yönelik Materyal Hazırlama, 2017 - 2018
- V. BÜYÜK K., İŞLEK M. S., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Tarihi:Çalışanların Deneyimleri, 2017 - 2018
- VI. İşlek M. S., Erdoğan B. Z., Diğer Resmi Kurumlarca Desteklenen Proje, Kamu Kurumları ve Özel Kurumların Personel Alımı ve Görevde Yükselme Uygulamalarının Analizi, 2017 - 2017
- VII. İŞLEK M. S., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllü Yönetiminin Değerlendirilmesi, 2014 - 2016

Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler

- I. Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, Yardımcı Editör/Bölüm Editörü, 2015 - Devam Ediyor

Bilimsel Kuruluşlardaki Üyelikler / Görevler

- I. Türkiye Pazarlama Derneđi, Üye, 2022 - Devam Ediyor , Türkiye
- II. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneđi, Üye, 2013 - Devam Ediyor , Türkiye

Metrikler

Yayın: 59
Atıf (WoS): 5
Atıf (Scopus): 13
H-İndeks (WoS): 2
H-İndeks (Scopus): 2

Antrenörlük Görevleri

Hakemlik Görevleri
