

## Assoc. Prof. MAHMUT SAMİ İŞLEK

---

**Email:** msislek@ogu.edu.tr

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

### International Researcher IDs

ORCID: 0000-0001-9728-2961

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

ScopusID: 57204534277

Yoksis Researcher ID: 203481



## Education Information

---

- I. Doctorate, Anadolu University, Institute Of Social Sciences, Pazarlama (Dr), Turkey 2013 - 2019
- II. Postgraduate, Karamanoglu Mehmetbey University, Institute Of Social Sciences, İşletme (YI) (Tezli), Turkey 2009 - 2012
- III. Undergraduate, Anadolu University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, Department Of Business, Turkey 2004 - 2009

## Foreign Languages

---

- I. English, C1 Advanced

## Dissertations

---

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

## Research Areas

---

Marketing, Strategic Marketing and Brand Management

## Academic Titles / Tasks

---

- I. Assistant Professor, Eskisehir Osmangazi University, TURİZM FAKÜLTESİ, TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BÖLÜMÜ, 2021 - Continues
- II. Research Assistant, Eskisehir Osmangazi University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2018 - 2021
- III. Research Assistant, Anadolu University, Institute Of Social Sciences, Pazarlama (Dr), 2014 - 2018
- IV. Research Assistant, Eskisehir Osmangazi University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2014 - 2014
- V. Research Assistant, Karamanoglu Mehmetbey University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, Department Of Business, 2009 - 2014

VI. Research Assistant, Universiteit Twente, Nikos, 2012 - 2012

## Academic and Administrative Experience

---

I. Eskisehir Osmangazi University, REKTÖRLÜK, 2019 - Continues

## Courses

---

- I. Brand Management, Undergraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022
- II. Brand Management, Undergraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022
- III. Digital Marketing, Undergraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022
- IV. Marketing Management, Undergraduate, 2021 - 2022
- V. Pazarlamanın Temelleri, Postgraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022
- VI. Marketing Management, Undergraduate, 2021 - 2022
- VII. Digital Marketing, Undergraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022
- VIII. Brand Management, Postgraduate, 2020 - 2021
- IX. International Trade and Marketing, Undergraduate, 2020 - 2021
- X. Marketing Management, Undergraduate, 2021 - 2022
- XI. Marketing Principles, Undergraduate, 2020 - 2021
- XII. Marketing and Society, Postgraduate, 2021 - 2022
- XIII. International Trade and Marketing, Undergraduate, 2020 - 2021
- XIV. Marketing Management, Undergraduate, 2021 - 2022
- XV. Marketing Principles, Undergraduate, 2020 - 2021
- XVI. Brand Management, Undergraduate, 2019 - 2020
- XVII. Marketing Communications, Undergraduate, 2019 - 2020

## Articles Published in Other Journals

---

- I. **Religiocentrism in consumption: a literature review**  
Kamarruddin N. N. A., Islek M. S.  
JOURNAL OF ENTERPRISING COMMUNITIES-PEOPLE AND PLACES IN THE GLOBAL ECONOMY, vol.18, no.2, pp.207-220, 2024 (ESCI)
- II. **The Role of Mental Well-Being in the Green Purchasing Behavior Effect of Self-Control**  
İŞLEK M. S., AŞIK E.  
Alanya Akademik Bakış, vol.7, no.3, pp.1321-1344, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **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, vol.7, no.3, pp.122-146, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Islamic Marketing and Branding: Theory and Practice**  
İŞLEK M. S.  
ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSİTESİ İIBF DERGİSİ-ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, vol.18, no.1, pp.314-319, 2023 (ESCI)
- V. **Bir Dönemsel Gönüllülük Olarak Salgın Gönüllülüğü: Vefa Sosyal Destek Gruplarına Katılan Gönüllüler Üzerine Bir Araştırma**  
İŞLEK M. S.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.14, no.2, pp.471-510, 2022 (Peer-Reviewed Journal)

- VI. **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, vol.22, no.3, pp.911-930, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Post-Truth Çağında Pazarlama ve Tüketim**  
PALA U., İŞLEK M. S.  
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.22, no.2, pp.375-384, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **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, vol.16, no.1, pp.87-109, 2021 (ESCI)
- IX. **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, vol.10, no.3, pp.301-311, 2020 (ESCI)
- X. **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, vol.13, no.2, pp.82-102, 2020 (ESCI)
- XI. **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, vol.12, no.1, pp.245-250, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **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, vol.17, no.2, pp.183-201, 2020 (ESCI)
- XIII. **Anadolu Yaklaşımı Mümkün mü? Türk Girişimci Biyografi ve Otobiyografileri Üzerine Bir İnceleme**  
İŞLEK M. S., ERDOĞAN B. Z.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.11, no.2, pp.227-258, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **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, vol.10, no.2, pp.476-494, 2019 (ESCI)
- XV. **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, vol.4, no.3, pp.96-116, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **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, vol.19, no.33, pp.125-133, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **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, vol.0, pp.170-188, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **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, pp.170-188, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **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, vol.16, no.1, pp.303-323, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **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, vol.6, no.12, pp.117-138, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **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, vol.11, no.3, pp.465-477, 2011 (Peer-Reviewed Journal)

## Books & Book Chapters

---

- 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.  
in: Dynamic Curriculum Development and Design Strategies for Effective Online Learning in Higher Education, Walters Kelley, Editor, IGI Global, pp.137-154, 2023
- II. **Tüketici Ahlakı Bağlamında Lüks Tüketim ve Sürdürülebilirlik İlişkisi**  
İŞLEK M. S., AŞIK E.  
in: MAKRO VE MİKRO DÜZEYDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK TARTIŞMALARI (Yeşil İşetme, Çevresel, Sosyal ve Kurumsal Yönetim, Kamuda Sürdürülebilirlik), Gönüllü Ozan, Editor, Gazi Kitapevi, Ankara, pp.1-22, 2023
- III. **Kişisel Satış**  
İşlek M. S., Pala U.  
in: Pazarlama İletişimi, Bayram Zafer Erdoğan, Mine Oyman, Editor, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, pp.119-142, 2020
- IV. **İş Fikrinden Girişime**  
Erdoğan B. Z., İşlek M. S.  
in: Teknoloji, İnovasyon ve Girişimcilik, Cevahir Uzkurt, Gökhan Önder, Editor, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, pp.103-128, 2020
- V. **Endüstri 4.0 ve Tüketiciye Değer Yaratma: Nesnelerin İnterneti ve Yapay Zekâ Uygulamaları**  
İşlek M. S.  
in: Endüstri 4.0 Perspektifinden İşletme Fonksiyonları ve Dijital Dönüşüm, Yılmaz Nahit, Salur Nuri, Editor, Necmettin Erbakan Üniversitesi Kültür Yayınları, Konya, pp.23-42, 2020
- VI. **Değer Yaratım ve Paylaşım Süreci Olarak Pazarlama**  
ERDOĞAN B. Z., EKİCİ N., İŞLEK M. S., DOĞAN S.  
in: Bilim Olarak Pazarlama, Erdoğan Bayram Zafer, Editor, Beta, İstanbul, pp.207-226, 2018
- VII. **Pazarlama ve Antropoloji Etkileşimi**  
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S.  
in: Bilim Olarak Pazarlama, Erdoğan Bayram Zafer, Editor, Beta, İstanbul, pp.125-138, 2018
- VIII. **Pazarlama, Toplum ve İşletme Etkileşimi**  
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S.  
in: Bilim Olarak Pazarlama, Erdoğan Bayram Zafer, Editor, Beta, İstanbul, pp.45-67, 2018
- IX. **Pazarlamaya Erdem Yönlü Yaklaşım (Anadolu Bakış Açısı)**  
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S.  
in: Bilim Olarak Pazarlama, Erdoğan Bayram Zafer, Editor, Beta, İstanbul, pp.185-206, 2018
- X. **Pazarlamaya İlişki Yönlü Yaklaşım: Alp-Germen Bakış Açısı**  
ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S.  
in: Bilim Olarak Pazarlama, Erdoğan, Bayram Zafer, Editor, Beta, İstanbul, pp.157-186, 2018
- XI. **Web Tasarımında Müşteri Hizmetleri ve Desteği**

TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.

in: Web Tasarımı Satış ve Pazarlama, Tiltay, Muhammet Ali, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.74-101, 2017

**XII. İş Yaşamında İknanın Gücü**

TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.

in: Profesyonel Yaşamda İmaj ve İtibar Yönetimi, Köksal Büyük, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.88-108, 2016

**XIII. Sözsüz İletişim**

TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.

in: Profesyonel Yaşamda İmaj ve İtibar Yönetimi, Köksal Büyük, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.24-49, 2016

## Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

---

- 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, Hungary, 5 - 07 July 2023, pp.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, Hungary, 5 - 07 July 2023, pp.113-115
- III. **Need for Authentic Perspectives on Islamic Marketing”**  
İşlek M. S.  
13TH GLOBAL ISLAMIC MARKETING CONFERENCE, İstanbul, Turkey, 18 - 20 October 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, Turkey, 30 June 2021
- V. **Türk Girişimci Biyografi ve Otobiyografilerinde Anadolu Yaklaşımını Aramak**  
İŞLEK M. S., ERDOĞAN B. Z.  
10th Global Islamic Marketing Conference, Antalya, Turkey, 23 - 25 April 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, United States Of America, 11 - 14 October 2018
- VII. **Ritüele Katılımdaki Rollere Göre Tüketici Tipolojileri**  
TORLAK Ö., ÖZMEN M., İŞLEK M. S., AY U., TİLTAY M. A.  
23. Pazarlama Kongresi, Turkey, 23 - 27 July 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 July 2018, pp.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, United States Of America, 26 - 29 October 2017, vol.45, pp.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, Turkey, 21 - 22 October 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, Turkey, 28 - 30 September 2017, pp.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 May 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 November 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 November 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, Turkey, 6 - 08 October 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 July 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, United States Of America, 28 - 31 May 2015, vol.17, pp.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, Turkey, 18 - 22 June 2014
- XIX. **Şikâyet Davranışının Psikografik Faktörlere Göre İncelenmesi Karaman İli Örneği**  
BAŞARAN ALAGÖZ S., İŞLEK M. S., BURUCUOĞLU M.  
18. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 19 - 22 June 2013
- XX. **Sosyal Medyada Kriz ve Kriz İletişimi**  
BAŞARAN ALAGÖZ S., İŞLEK M. S.  
9. Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Turkey, 23 - 25 June 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 July 2010, pp.943
- XXII. **Nostalgic Gale On Marketing**  
BAŞARAN ALAGÖZ S., EKİCİ N., İŞLEK M. S.  
THE PROCEEDINGS OF 6th INTERNATIONAL STRATEGIC MANAGEMENT CONFERENCE, 8 - 10 July 2010, pp.1167

## Supported Projects

- 
- I. Orakcioğlu E., İşlek M. S., Erasmus Project, Pan-European Erasmus Mundus Master's Programme Design on Neuromarketing, 2022 - 2023
- II. İşlek M. S., Tiltay M. A., TÜBİTAK Project, Tüketicilerin ve Kar Amaçsız Örgütlere Bireysel Bağış Yapanların İşletmenin Hayırsever Sorumluluklarına Yönelik Algısı, 2021 - 2023
- III. İŞLEK M. S., Project Supported by Higher Education Institutions, Anadolu Pazar Sisteminde Satıcı ve Alıcı İlişkilerinin Analizi, 2016 - 2019
- IV. İşlek M. S., Keskin U., Project Supported by Higher Education Institutions, Sosyal Bilimler Sözlüğü Oluşturmaya

Yönelik Materyal Hazırlama, 2017 - 2018

- V. BÜYÜK K., İŞLEK M. S., Project Supported by Higher Education Institutions, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Tarihi:Çalışanların Deneyimleri, 2017 - 2018
- VI. İşlek M. S., Erdoğan B. Z., Project Supported by Other Official Institutions, Kamu Kurumları ve Özel Kurumların Personel Alımı ve Görevde Yükselme Uygulamalarının Analizi, 2017 - 2017
- VII. İŞLEK M. S., Project Supported by Higher Education Institutions, Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllü Yönetiminin Değerlendirilmesi, 2014 - 2016

## Activities in Scientific Journals

---

- I. Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, Assistant Editor/Section Editor, 2015 - Continues

## Memberships / Tasks in Scientific Organizations

---

- I. Türkiye Pazarlama Derneği, Member, 2022 - Continues, Turkey
- II. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği, Member, 2013 - Continues, Turkey

## Metrics

---

Publication: 56  
Citation (WoS): 5  
Citation (Scopus): 9  
H-Index (WoS): 2  
H-Index (Scopus): 2

## Coaching Duties

---

## Refereeing Duties

---