

# İLKAY KARADUMAN

PROFESÖR



**E-Posta Adresi** : ilkaykaraduman@aydin.edu.tr  
**Telefon (İş)** : 4441428\_\_\_\_ -  
**Telefon (Cep)** : 5326077622  
**Adres** : İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ İİBF İNÖNÜ CAD. NO 38  
SEFAKÖY İSTANBUL

## Öğrenim Bilgisi

Doktora 2005 Ağustos/2009	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ/SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/İŞLETME (DR)/ Tez adı: Stratejik Tedarik Zinciri Yönetiminde Bilişim Teknolojilerinin Kullanımı: Perakendecilik Sektöründe Bir Uygulama (2009) Tez Danışmanı:(ÖMER BAYBARS TEK)
Yüksek Lisans 1998 2001	BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ/SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/İŞLETME (YL) (TEZLİ)/ Tez adı: İnternette Pazarlama (2001) Tez Danışmanı:(Güner Ekici)
Lisans 1993 30/Ağustos/1997	KARA HARP OKULU KOMUTANLIĞI/KARA HARP OKULU (DEKANLIK)/SİSTEM MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ/SİSTEM MÜHENDİSLİĞİ PR./

## Akademik Görevler

PROFESÖR 04.01.2023	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/HAVACILIK YÖNETİMİ BÖLÜMÜ
DOÇENT 2016	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/HAVACILIK YÖNETİMİ BÖLÜMÜ/HAVACILIK YÖNETİMİ PR. (İNGİLİZCE) (TAM BURSLU)
YARDIMCI DOÇENT 2013	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/SİVİL HAVA ULAŞTIRMA İŞLETMECİLİĞİ BÖLÜMÜ
YARDIMCI DOÇENT 2013	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/SİVİL HAVA ULAŞTIRMA İŞLETMECİLİĞİ BÖLÜMÜ/SİVİL HAVA ULAŞTIRMA İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
YARDIMCI DOÇENT 2012	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ

## Yönetilen Tezler:

## Yüksek Lisans

2025

1. RAMEZANPOUR DARYASARI ZAHRA, (2025). Analyzing the relationship between consumers' need for uniqueness and status consumption. A study in Türkiye, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
2. TAGHIZADEH TARAVAT, (2025). Analyzing the relationship between consumer fear of online identity theft and shopping cart abandonment: A study on online consumers in Türkiye, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İletişim Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
3. ABDULLAH KHARSA FARAH, (2025). Consumer resistance and anti-consumption: A bibliometric analysis between 2004-2024 on Web of Science core collection database, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

2024

4. ATAR MOHAMMAD RATEB, (2024). The effect of advertising on increasing sales volume a case study of Roshan Telecommunication company in Afghanistan, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
5. BARAZANDEHNEZHAD SADAF, (2024). Social media and influencer marketing: A bibliometric analysis between 2020-2024 on web of science core collection database, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
6. KARRIT HAJAR, (2024). Analyzing the relationship between online fashion brand recognition, brand experience and brand love; a case study: Türkiye, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
7. AKHRIF BASSMA, (2024). THE CORONAVIRUS SHOPPING ANXIETY AND CONSUMERS' ATTITUDE TOWARDS ONLINE SHOPPING IN TÜRKİYE., İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
8. HUSSEIN BASHAR JABBAR HUSSEİN, (2024). Measuring the effectiveness of social media marketing and brand engagement on purchase intention: A study on automobile industry, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

2023

9. ELRAHAL ALWALID, (2023). A comparative study of conspicuous consumption and consumer decision-making styles among Turkish consumers, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->Avrupa Birliği İktisadi ve İşletme Anabilim Dalı (Tamamlandı)
10. SUBHI İBRAHİM MAHMOUD THAİMA, (2023). The role of brand experience in brand trust and brand love: A study on fashion brands, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
11. DAGHMI HAJAR, (2023). Analysing the relationship between integrated marketing channels and born global companies, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

2022

12. QASIMI FERDOWS, (2022). The impact of social network marketing on consumers' intention to purchase preventive equipment during COVID-19 pandemic: A study of consumers in İstanbul, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
13. RAHEEL MUHAMMAD, (2022). The impact of social media on international students recruitment process in Türkiye, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
14. MOHAMMED GORAN MUTALİB MOHAMMED, (2022). The impact of technostress on employees' well-being: The role of work engagement and perceived supervisor support, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
15. ARIF AHMED WALEED ARIF, (2022). The impact of online reviews on consumer restaurant and hotel selection decision in Türkiye, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

2021

16. NASIRI AMIR HOSSEIN, (2021). Effects of service quality and supplier efficiency on travel agencies performance: Study of Incoming travel agencies operating in İstanbul, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
17. MASTOR AHMAD SAMİM, (2021). Analyzing the impact of service quality on customer satisfaction in aviation, a study on Ariana Afghan airlines, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
18. ANASO PRECIOUS, (2021). The effect of gender perception on consumer buying behavior, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
19. YUSUFZAI MARJILA, (2021). The effect of brand experience and perceived quality on brand love: A study on coffee shop chians in Turkey, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

20. ALSAWAIE FARAH, (2021). The effect of guerrilla marketing on consumer response to advertising and intent to purchase, a study on Generation Z, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
21. MELIANI AMIRA, (2021). The effect of social media marketing activities on consumers' entention: A study in Morocco, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
22. AHMED AYESHA, (2021). Analyzing the effect of source credibility on cosmetic product choice: A study on Youtube makeup videos, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
23. ADALAT KHAH ABDUL MUREED, (2021). Analyzing the relationship between consumer confusion and brand choice on surgical mask shopping during COVID-19 pandemic, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
24. BALCI TALI DERYA, (2021). Havayolu taşımacılığında hizmet kalitesinin, marka algısı ve müşteri sadakati üzerindeki etkisi: Türkiye'de havayolu taşımacılığı sektörü üzerine bir uygulama, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
- 2020
25. AWOSEMO BOWOFOLA ADEMOLA, (2020). The connection between product awareness, customer retention and loyalty: A study of Wema Bank, Nigeria, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
26. JEGEDE JOBA JOSEPH, (2020). The effect of consumer complaints on company's reaction to the social media: A study of Twitter, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
27. ELBALAWY MOHAMMAD M H, (2020). Online consumer motivation and brand engagement on social media : A study on instagram, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
28. GURBANOV RAMIL, (2020). Analyzing attitude toward internet ads and its effect on consumer choice: A study on Instagram ads, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
- 2019
29. SALEEM IQRA, (2019). The effect of patient's medical brand awareness on healing perception, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
30. ABILOVA FIRUZA, (2019). The effect of product innovations on consumer decision-making process, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
31. EL YOUSFI IBTISSAM, (2019). The effects of social media influencers on consumer decision-making process: Study in Turkish fashion industry, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
32. ELHACHADI SANA, (2019). Personal branding on instagram: The effect of influencers on consumer decision-making process, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
33. ZIDAN KARIM HAMZA ABDELREHIM, (2019). Analyzing the role of social media on consumer preferences: A study on Turkish service sector with conconjoint analysis, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
34. KILMANOĞLU MAHİR, (2019). Satış gücü yönetiminde kişisel markalaşmanın müşteri tercihine etkisi: Teknoloji sektöründe bir uygulama, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
35. NABİYEVA EMELİYA, (2019). Marka öğelerinin marka sadakati üzerine etkisi, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
36. RACHDI CHAYMAA, (2019). Consumer expectations from the internet of things: A study on smart home products, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
37. JETARYIA HAYDER ABDULQADER, (2019). Analyzing the relationship between brand love and brand experience in the automobile industry, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
38. ZALOVA ZAKİRA, (2019). The effects of personalized online promotions on consumer loyalty: A study in Turkey, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
39. AHSEN SAJID, (2019). Analyzing consumer expectations from e-retailers: "A study in Pakistan", İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
40. AKINLOSE JAMES TIMILEHİN, (2019). The effect of crowdsourcing on social media in new product development, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
41. KARIMI MOHAMMAD YAMA, (2019). Analyzing the factors affecting coffee consumption behavior in Turkey, a study on 3rd generation coffee shop consumers, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

42. AHMED WASIU ABODUNRİN, (2019). The effect of demarketing advertisements on decreasing alcoholic drink consumption among teenagers, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Diğer (Tamamlandı)
43. MUQBEL ABEER, (2019). The effect of new cultural dimensions on consumer decision making process : A study on luxury products, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
44. MASTOOR MOHAMMAD MANSOOR, (2019). Impact of reward system on employee's motivation, a case study on Afghanistan Commercial Bank (AcB), İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

2018

45. ALI ZEESHAN, (2018). Social responsibility as a point of difference on brand positioning a study on chain restaurants, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
46. HASAN MASHAL, (2018). Photography's role on a fashion brand's marketing on an online platform, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
47. FAMILUSI OLAYEMI BABAWOLE, (2018). Measuring service quality perceptions on bank customers: A comparative study between Nigeria and Turkey, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
48. ADEYEMO MOTUNRAYO OLUFUNMI, (2018). Measuring the effect of online advertising on consumers choice: Coca Cola company case study, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
49. DEĞİRMEN FILİZ, (2018). Giyim Sektöründe Pazarlama İletişimlerinin Marka Konumlandırmaya Etkisi: Instagram ve Facebook Üzerinde Bir Uygulama, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Devam Ediyor)
50. LAIQ MUHAMMAD HAMZA, (2018). The effect of online food delivery applications on brand awareness of local pizza brands: A study in Karachi Pakistan, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
51. ATEŞ SİBEL, (2018). Markanın sosyal medyadaki takipçi sayısı ve içerik miktarının marka değerine etkisi, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
52. BARDAKLI ZARIFE, (2018). Sosyal medyada tüketicide pozitif tutumun oluşturulmasında içerik pazarlamanın etkisi, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
53. DEMİR GAMZE, (2018). Ağızdan ağıza pazarlama ve marka bilinirliği ilişkisi: Türkiye inşaat sektöründe bir uygulama, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
54. JABER ABDALLAH ABDEL QADER MOHD, (2018). The effect of social media marketing on customer satisfaction; "A study on turkish tourism agencies", İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
55. YAQUBI AHMAD YASER, (2018). The impact of content marketing on consumers' purchase intention for home appliances: A study in Afghanistan, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

2017

56. MAMMADOV ELSHAN, (2017). The effect of color and shape of the application logo on online application buying behaviour of university students, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
57. KARADUMAN CEBRAİL, (2017). Uluslararası markalaşma ve marka bağlılığı kavramının müşteri tercihlerine etkisi: Bir uygulama, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
58. NASERI KHALED, (2017). The effect of word of mouth marketing female consumers' decision making process in Afghan food brands, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
59. SAKAR SERVET, (2017). Oyuncak sektöründe müşteri tercihlerini etkileyen faktörler üzerine bir uygulama, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
60. AKBAROVA KAMALA, (2017). The effect of product's color and fabric quality on brand preference: A study in fashion retailers in Turkey, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
61. MULATI DILIDAER, (2017). International tourism marketing strategies: A study in China's Xinjiang minority areas, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
62. AYAZ MEHMET, (2017). Sağlık sektöründe kişisel markalaşma: Tercih edilen doktorun markalaşmasının hastane tercihine etkisi, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
63. SECERBEGOVİĆ NADİNA, (2017). Effect of mobile marketing services on customer's mobile marketing acceptance, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı

(Tamamlandı)

2016

64. TAGHINIA HEJABI AZADEH, (2016). Evaluation of service quality of tourism industry based on SERVQUAL model-a comparative study between İstanbul and Barcelona, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
65. ETEZADI FARGOL, (2016). The effect of personalized customer services on customer perceived value and brand loyalty, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
66. ARICI GÖKÇE, (2016). The effect of associations on making the decisions to franchise in Turkey, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
67. AKINFOTIRE OLUBIYI YEBA, (2016). Luxury fashion market in nigeria: the impact of consumers' socio-economic status on buying decisions, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
68. KAYA EROL, (2016). Gayrimenkul sektöründe emlak firmalarının kurumsal markaya sahip olmasının müşteri algısına etkisi, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

2015

69. ARIĞ MAYİDE, (2015). Elektronik açık arttırma (e - auction) sitelerinde müşteri profilinin ölçülmesi ve bir uygulama, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
70. SAMEER SEHRAWALLA, (2015). Brand positioning strategies of coffee shops in Turkey, a comparative study with a customer point of view, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
71. DERICI SULTAN, (2015). Lojistik yönetiminde özel nitelikli kargoların havayolu ile taşınmasında müşteri tercihlerinin belirlenmesi, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
72. VOHRA OVAIS, (2015). International marketing in crises situation in Turkey, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

2014

73. UDEH OKWUDILI DARLINGTON, (2014). Modern warehouse management in the manufacturing and service industry" a case study of the Turkish automotive industry, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

## Doktora

2023

74. ÇAVUŞ GENÇ ESİN, (2023). Tüketici karar verme stillerinin çevrimiçi alışveriş sepetini terk etmeye etkisinde hedonik ve faydacı eğilimlerin aracılık rolü, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)
75. ATEŞ ARDA, (2023). Sağlık sektöründe çalışan kadınların gelecek vizyonu ve iş yaşam kalitelerinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisi, İstanbul Aydın Üniversitesi->Lisansüstü Eğitim Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

2017

76. ULUSOY VEDAT, (2017). ÖZEL SAĞLIK İŞLETMELERİNDE MARKA İMAJI, ALGILANAN HİZMET KALİTESİ VE HASTA MEMNUNİYETİNİN HASTA BAĞLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİ, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Devam Ediyor)
77. MOLOĞLU VEDAT, (2017). ÖZEL SAĞLIK İŞLETMELERİNDE MARKA İMAJI, ALGILANAN HİZMET KALİTESİ VE HASTA MEMNUNİYETİNİN HASTA BAĞLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİ, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Devam Ediyor)
78. ÖZKAN PİR ESRA, (2017). Çok katlı pazarlamada gösteriş amaçlı tüketimin tekrar satın almaya etkisinde çevre bilincinin rolü, İstanbul Aydın Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Ana Bilim Dalı (Tamamlandı)

## İdari Görevler

Bölüm Başkanı 2015	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/HAVACILIK YÖNETİMİ BÖLÜMÜ/HAVACILIK YÖNETİMİ PR. (İNGİLİZCE) (TAM BURLU)
Anabilim Dalı Başkanı 2012-2016	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/SİVİL HAVA ULAŞTIRMA İŞLETMECİLİĞİ BÖLÜMÜ/SİVİL HAVA ULAŞTIRMA İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

Bölüm Başkanı 2013-2015	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/SİVİL HAVA ULAŞTIRMA İŞLETMECİLİĞİ BÖLÜMÜ/SİVİL HAVA ULAŞTIRMA İŞLETMECİLİĞİ PR. (İNGİLİZCE) (TAM BURLU)
Anabilim Dalı Başkanı 2013-2014	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI

## Bilimsel Kuruluşlara Üyelikler

1. American Marketing Association, Üye , 2014-2015

## Ödüller

1. Nato Medal, NATO, AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ, 2009
2. Merit Award, İÇ İŞLERİ BAKANLIĞI, AFGANİSTAN, 2009
3. Outstanding Student Award, US Army Quartermaster Center and School, AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ, 2003

## Eserler

### Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. KHAH Abdul Mureed Adalat, KARADUMAN İLKAY (2022). ANALYZING THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER CONFUSION AND BRAND CHOICE ON SURGICAL MASK SHOPPING DURING COVID-19 PANDEMIC. International Journal of Management, IT & Engineering, 12(02), 1-9. (Yayın No: 7552073)
2. ÇAVUŞ GENÇ Esin, KARADUMAN İLKAY, ÖZKAN Ayşegül (2021). Çevrimiçi Alışverişte Sepeti Terk Etme Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması. Business & Management Studies: An International Journal, Doi: 10.15295/bmij.v9i3.1847 (Yayın No: 7158106)
3. Mastor Samim, KARADUMAN İLKAY (2021). ANALYZING THE IMPACT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN AVIATION, A STUDY ON ARIANA AFGHAN AIRLINES. International Research Journal of Marketing & Economics, 8(6), 1-11. (Yayın No: 7102414)
4. Meliani Amira, KARADUMAN İLKAY (2021). Analyzing the Role of Consumer Engagement on the Relationship Between Social Media Marketing and Consumers' Buying Intentions: A Study in Morocco. International Journal of Innovative Science and Research Technology, 6(6), 738-744. (Yayın No: 7127049)
5. Yusufzai Marjila, KARADUMAN İLKAY (2021). COFFEE SHOPS IN TURKEY: ANALYZING THE RELATIONSHIP BETWEEN BRAND EXPERIENCE, PERCEIVED QUALITY AND BRAND LOVE. International Research Journal of Marketing & Economics, 8(2), 1-13. (Yayın No: 7152242)
6. Ahmed Ayesha, KARADUMAN İLKAY (2021). Analyzing the Effect of Source Credibility on Cosmetic Product Choice: A Study on YouTube Makeup Videos. International Journal of Business and Management Invention (IJBMI), 10(1), 64-69. (Yayın No: 7102445)
7. Elbalawy Mohammad, KARADUMAN İLKAY (2020). Online Consumer Motivation and Brand Engagement on Social Media: Instagram Study. International Research Journal of Marketing & Economics, 7(9), 1-18. (Yayın No: 7102451)
8. Awosemo Bowofola Ademola, KARADUMAN İLKAY (2020). Product Awareness, Customer Retention and Loyalty: A Study of Wema Bank, Nigeria. IOSR Journal of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS), 25(7), 7-14. (Yayın No: 6498603)
9. KARADUMAN İLKAY, GURBANOV RAMİL (2020). Analyzing Attitude Toward Internet Ads and Its Effect on Consumer Choice: A Study on Instagram Ads. Journal of Research and Opinion, 7(6), 2732-2737., Doi: <https://doi.org/10.15520/jro.v7i6.67> (Yayın No: 6499738)
10. KARADUMAN İLKAY, JOBA JOSEPH JEGEDE (2020). The Effect Of Consumer Complaints On Company's Reaction To Social Media: A Study of Twitter. IOSR Journal Of Humanities And Social Science, 25(6), 36-42. (Yayın No: 6499695)
11. Jetaria Haidar, KARADUMAN İLKAY (2019). Analyzing The Relationship Between Brand Love and Brand Experience in The Automobile Industry. International Journal of Recent Research in Commerce Economics and Management, 6(3), 8-14. (Yayın No: 5118318)
12. Saleem Iqra, KARADUMAN İLKAY (2019). THE EFFECT OF PATIENT'S MEDICAL BRAND AWARENESS ON HEALING PERCEPTION. International Journal of Recent Research in Commerce Economics and Management (IJRRCM), 6(3), 67-72. (Yayın No: 5258396)
13. EL YOUSFI IBTISSAM, KARADUMAN İLKAY (2019). THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS ON CONSUMER DECISION-MAKING PROCESS: STUDY IN TURKISH FASHION INDUSTRY. International Journal of Recent Research in Commerce Economics and Management (IJRRCM), 6(3), 99-105.

## Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

(Yayın No: 5253581)

14. Elhachadi Sana,KARADUMAN İLKAY (2019). PERSONAL BRANDING ON INSTAGRAM: THE EFFECT OF INFLUENCERS ON CONSUMER DECISION-MAKINGPROCESS. International Journal of Recent Research in Commerce Economics and Management (IJRRCM), 6(3), 1-7. (Yayın No: 5118349)
15. Abilova Fırzuza,KARADUMAN İLKAY (2019). THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATIONS ON CONSUMER DECISION MAKING PROCESS. International Journal of Economics, Commerce and Management, 7(6), 349-365. (Yayın No: 5112972)
16. NABIYEVA EMELİYA,KARADUMAN İLKAY (2019). MARKA ÖĞELERİNİN MARKA SADAKATI ÜZERİNE ETKİSİ. Türk ve İslam Dünyası Araştırmaları Dergisi, 6(21), 190-211. (Yayın No: 5252635)
17. Rachdi Chayma,KARADUMAN İLKAY,Nabil Rachdi (2019). Consumer Expectations from the Internet ofThings: A study on Smart Home Products. International Journal of Recent Research in Commerce Economics and Management (IJRRCM), 6(2), 222-231. (Yayın No: 5113019)
18. Muqbel Abeer,KARADUMAN İLKAY,Alwussaby Muatafa (2019). THE EFFECT OF NEW CULTURES' DIMENSIONS ON CONSUMER DECISION MAKING FOR LUXURY PRODUCTS. International Journal of Recent Research in Commerce Economics and Management (IJRRCM), 6(2), 271-281. (Yayın No: 5112965)
19. YAQUBI AHMAD YASER,KARADUMAN İLKAY (2019). The Impact of Content Marketing on Consumers' Purchase Intention for Home Appliances: A Study in Afghanistan. International Journal of Business and Management Invention (IJBMI), 8(2), 38-47. (Yayın No: 5252553)
20. KARADUMAN İLKAY,Talibli Etibar (2019). THE EFFECT OF VLOGGERS' PERSONAL BRAND IMAGE ON COSMETIC BRAND CHOICE OF TEENAGERS. AMEA İqtisadiyyat İnstitutu «ELMİ ƏSƏRLƏR», 1(1), 196-201. (Yayın No: 5118365)
21. KARADUMAN İLKAY,ZALOVA ZAKIRA (2018). The Effects Of Personalized Online Promotions On Consumer Loyalty: A Study In Turkey. Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 2(5), 39-50. (Yayın No: 5252475)
22. Hasan Mashal,KARADUMAN İLKAY (2018). PHOTOGRAPHY'S ROLE ON A FASHION BRAND'S MARKETING ON AN ONLINE PLATFORM. European Journal of Business and Social Sciences, 6(11), 31-47. (Yayın No: 5262464)
23. Naseri Khaled,KARADUMAN İLKAY (2018). The Effect of Word-Of-Mouth Marketing On Female Consumers' Decision Making Process in Afghan Food Industry Brands. International Journal of Business and Management Invention (IJBMI), 7(2), 48-58. (Yayın No: 5259193)
24. LAIQ MUHAMMED HAMZA,KARADUMAN İLKAY (2018). The Effect of Online Food Delivery Applications on Brand Awareness of Local Pizza Brands: A Study in Karachi, Pakistan. The International Journal of Business and Management, 6(1), 119-130. (Yayın No: 4874223)
25. KARADUMAN İLKAY,ALI ZEESHAN (2018). Social Responsibility As A Point Of Difference On Brand Positioning A Study On Chain Restaurant. The International Journal of Business and Management, 6(1), 212-223. (Yayın No: 4874027)
26. Akbarova Kamala,KARADUMAN İLKAY (2017). COLOR, FABRIC QUALITY AND BRAND PREFERENCE IN FASHION INDUSTRY: A QUALITATIVE APPROACH. International Research Journal of Marketing and Economics, 4(12), 1-17. (Yayın No: 5258422)
27. Secerbegovic Nadina,KARADUMAN İLKAY (2017). Effect of Mobile Marketing Services on Customer's Mobile Marketing Acceptance. The International Journal Of Business Management, 5(9), 304-313. (Yayın No: 5262683)
28. ÖZKAN PİR ESRA,KARADUMAN İLKAY (2017). Environmental Consciousness, Environmental Education, Conspicuous Consumption and Re-Buying Decisions on Network Marketing in Turkey. EURASIA Journal of Mathematics Science and Technology Education, 13(8), 5531-5542., Doi: 10.12973/eurasia.2017.00837a (Yayın No: 5280748)
29. Mammadov Elshan,KARADUMAN İLKAY (2017). The Effect of Logo Color and Design on Mobile Application Preferences: A Study on Google Play and App Store. The International Journal Of Business Management, 5(6), 17-26. (Yayın No: 5262768)
30. ÖZKAN PİR ESRA,KARADUMAN İLKAY (2017). Environmental Consciousness, Environmental Education,Conspicuous Consumption and Re-Buying Decisions on NetworkMarketing in Turkey. EURASIA Journal of Mathematics Science and Technology Education, 13(8), 5531-5542., Doi: 10.12973 (Yayın No: 4563676)
31. KARADUMAN İLKAY,Etazadi Fargol (2016). DO PERSONALIZED CUSTOMER SERVICES EFFECT CUSTOMER PERCEIVED VALUE AND BRAND LOYALTY ?. International Journal of Social Science and Economic Research, 1(7), 806-823. (Yayın No: 5262790)
32. Hejabi Azadeh Taghinia,KARADUMAN İLKAY (2016). Istanbul or Barcelona? A Comparative Study on Tourism Service Quality. Business Management and Consumer Studies-An International Journal, 1(3), 133-146. (Yayın No: 5262582)

## Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

33. Arıcı Gökçe,KARADUMAN İLKAY (2016). Evaluation of the Effects of Franchising Associations on Franchising Decisions of Companies in Turkey. INTERNATIONAL JOURNAL OF ELECTRONICS, MECHANICAL AND MECHATRONICS ENGINEERING, 6(2), 1201-1226. (Yayın No: 5262890)
34. KARADUMAN İLKAY,KAYA EROL (2016). Branded Real Estate Agencies The Impact of the Brand on Consumer Behavior in Real Estate Market. International Journal of Research Science & Management, 3(4), 5-14. (Yayın No: 2636168)
35. KARADUMAN İLKAY (2016). The Role of Religious Sensibilities on the Relationship Between Religious Rules and Hedonic Product Consumption Behavior in Turkey. International Journal of Humanities and Social Science Invention, 5(4), 12-20. (Yayın No: 2636181)
36. AKINFOTIRE OLUBIYIYEBBA,KARADUMAN İLKAY (2016). Luxury Fashion Market In Nigeria The Impact Of Consumers Socio Economic Status On Buying Decisions. International Journal of Business and Management Invention, 5(2), 62-71. (Yayın No: 2588840)
37. KARADUMAN İLKAY (2016). Yeni Medyada Duygusal Reklam Çekicilikleri İçeren Reklama ve Reklamı Yapılan Ürüne Karşı Tutum Oluşturmada Kişilik Tiplerinin Rolü. The Journal of Turk-Islam World Social Studies, 3(6), 99-99., Doi: 10.16989/TIDSAD.119 (Yayın No: 2636131)
38. KARADUMAN İLKAY,KOMŞUOĞLU YILMAZ NURGÜN (2015). Rezidans Dairesi Satışında Müşteri Tercihlerini Etkileyen Faktörler ve Pazar Payı Analizinde Konjoint Yönteminin Kullanımı. G.Ü.İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 1(2), 65-82. (Yayın No: 4811679)
39. SEHRAWALA Sameer,KARADUMAN İLKAY (2015). Brand Positioning Strategies of Coffee Shops in Turkey A Comparative Study of Starbucks Costa Coffee. International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom, 3(5), 541-572. (Yayın No: 2640727)
40. UDEH DARLINGTON OKWUDILI,KARADUMAN İLKAY (2015). The Impact of Supply Chain in the Warehouse Management Systems of Turkish Automotive Industry. International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom, 3(5), 410-423. (Yayın No: 2467275)
41. KARADUMAN İLKAY,VOHRA OVAIS (2015). International Marketing in Crises Situation in Turkey. World Journal of Business and Management, 1(1), 1-19., Doi: 10.5296/wjbm.v1i1.7729 (Yayın No: 2469155)
42. KARADUMAN İLKAY, KOMŞUOĞLU YILMAZ NURGÜN (2014). Pricing Financial Services in Turkey Cost Based vs Parity Based Pricing Approach. The Macrotheme Review, 3(1), 90-105. (Yayın No: 952675)
43. KARADUMAN İLKAY,KOMŞUOĞLU YILMAZ NURGÜN (2014). Pricing Financial Services in Turkey: Cost Based vs. Parity Based Pricing Approach. The Macrotheme Review, 3(1), 90-105. (Yayın No: 4488178)
44. KARADUMAN İLKAY (2013). The Effect of Social Media on Personal Branding Efforts of Top Level Executives. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 99, 465-473., Doi: 10.1016/j.SBSPRO.2013.10.515 (Yayın No: 952400)

## B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler :

1. KARADUMAN İLKAY (2011). A Comparative Study to Propose a Supply Chain Performance Management Tool for SME s in Turkey. IX. INTERNATIONAL LOGISTICS&SUPPLY CHAIN CONGRESS, 2(1), 378-385. (Tam Metin Bildiri/) (Yayın No: 521146)

## C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

### C1. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar:

1. Kişisel Marka Yönetimi (2022)., KARADUMAN İLKAY, Nobel Akademik Yayıncılık, Basım sayısı:2, Sayfa Sayısı 188, ISBN:978-605-320-404-6, Türkçe(Bilimsel Kitap) (Yayın No: 2636186)
2. The Effect of Logo Color and Design on Mobile Application Preferences (2017)., Mammadov Elshan,KARADUMAN İLKAY, Lambert Academic Publishing, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 128, ISBN:978-6202196598, İngilizce(Araştırma (Tez Hariç) Kitabı) (Yayın No: 5262826)
3. Lojistik Yönetimi Tedarik Zinciri Bakış Açısıyla Küresel Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları (2012)., TEK ÖMER BAYBARS,KARADUMAN İLKAY, Ekonomi Yayınları, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 945, ISBN:978-605-63425-0-9, Türkçe(Bilimsel Kitap) (Yayın No: 79659)

## C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

### C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

1. İşletme Yönetiminde Güncel Konular ve Yeni Yaklaşımlar, Bölüm adı:(Geleneksel ve Dijital Pazarlamanın Geleceği: Metaverse (Öteevren) Pazarlama) (2022)., KARADUMAN İLKAY, Seçkin Yayıncılık, Editör:KOMŞUOĞLU YILMAZ, Nurgün, KARADUMAN, İlkay, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 254, ISBN:978-975-02-7915-7, Türkçe(Bilimsel Kitap) (Yayın No: 7936869)

2. Innovative Approaches in Social, Human and Administrative Sciences, Bölüm adı:(Basic Principles of Multilevel Marketing System and the Reasons for Preference by Companies) (2018)., ÖZKAN PİR ESRA,KARADUMAN İLKAY, Gece Akademi, Editör:Atik Atilla, Özdeşli Kürşat, Demir Murat Cem, Tire Olcay, Arvas İbrahim Sena, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 527, ISBN:978-605-288-787-5, İngilizce(Bilimsel Kitap) (Yayın No: 5280805)
3. İşletme Fonksiyonlarında Bazı Temel Uygulamalar ve Güncel Yaklaşımlar, Bölüm adı:(Environmental Consciousness and Green Marketing) (2018)., ÖZKAN PİR ESRA,KARADUMAN İLKAY, İksad Publishing House, Editör:Çiftçi Gamze Ebru, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 195, ISBN:978-605-7923-03-5, İngilizce(Bilimsel Kitap) (Yayın No: 5280796)

#### **D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :**

1. Ateş Sibel,KARADUMAN İLKAY (2019). MARKANIN SOSYAL MEDYADAKİ TAKİPÇİ SAYISI VE İÇERİKMİKTARININ MARKA DEĞERİNE ETKİSİ. Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(1), 163-179. (Kontrol No: 5252310)
2. Kılmanoğlu Mahir,KARADUMAN İLKAY (2019). SATIŞ GÜCÜ YÖNETİMİNDE KİŞİSEL MARKALAŞMANIN MÜŞTERİ TERCİHİNE ETKİSİ: TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA. Sosyal Bilimler Dergisi, 6(34), 646-659. (Kontrol No: 5262405)
3. Demir Gamze,KARADUMAN İLKAY (2018). AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA VE MARKA BİLİNLİĞİ İLİŞKİSİ:TÜRKİYE İNŞAAT SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA. Sosyal Bilimler Dergisi, 5(27), 409-421. (Kontrol No: 5252683)
4. İRGE NECMİYE TULİN,KARADUMAN İLKAY (2018). X ve Y Kuşaklarında Gönüllü Sadelik Algısının Tüketici Karar Tarzlarına Etkisi. İşletme Araştırmaları Dergisi, 10(3), 120-143., Doi: 10.20491/isarder.2018.466 (Kontrol No: 4540607)
5. Sakar Servet,KARADUMAN İLKAY (2018). Türkiye'de oyuncak sektöründe tüketici tercihine etki eden faktörler üzerine bir araştırma. ANADOLU BİL MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ, 13(49), 1-22. (Kontrol No: 5252366)
6. KARADUMAN İLKAY,Ayaz Mehmet (2017). SAĞLIK SEKTÖRÜNDE KİŞİSEL MARKALAŞMA: TERCİH EDİLEN DOKTORUN KİŞİSEL MARKALAŞMASININ HASTANE TERCİHİNE ETKİSİ. Sosyal Bilimler Dergisi, 4(11), 875-889. (Kontrol No: 5262376)
7. DERİCİ SULTAN,DERİCİ METİN,KARADUMAN İLKAY (2015). Özel Nitelikli Kargoların Hava Yolu ile Taşınması ve Müşteri Tercihleri. Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi(40), 51-66. (Kontrol No: 2525753)
8. KARADUMAN İLKAY,KOMŞUOĞLU YILMAZ NURGÜN (2015). Rezidans Dairesi Satışında Müşters Tercihlerini Etkileyen Faktörler ve Pazar Payı Analizinde Konjoint Yönteminin Kullanımı. Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 1(2), 65-82. (Kontrol No: 2526160)
9. ARIĞ MAYİDE,KARADUMAN İLKAY (2015). Elektronik Açık Arttırma Sitelerinde Müşteri Memnuniyeti Bir Uygulama. Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi(39), 55-65. (Kontrol No: 2525215)
10. KOMŞUOĞLU YILMAZ NURGÜN,KARADUMAN İLKAY (2013). Türkiye Kimya Sektöründeki İşletmelerin Lojistik Faaliyetlerinin Finansal Performansının Ölçülmesine Yönelik Bir Model Önerisi. Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 5(2), 357-368. (Kontrol No: 520926)

#### **E. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında**

1. KOMŞUOĞLU YILMAZ NURGÜN, ULUSOY VEDAT, KARADUMAN İLKAY (2022). A COMPREHENSIVE REVIEW ON CONSUMER LOANS LITERATURE BETWEEN 1996-2022. 3RD INTERNATIONAL AZERBAIJAN CONGRESS ON HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES (Özet Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No: 7936860)
2. KOMŞUOĞLU YILMAZ. NURGÜN, KARADUMAN. İLKAY (2013). Dış Kaynak Kullanımının Kobilerin Finansal Performansının İyileştirilmesindeki Rolü. 2. Ulusal Lojistik Ve Tedarik Zinciri Yönetimi Kongresi, 505-511. (Tam Metin Bildiri/) (Yayın No: 952526)

#### **Editörlük**

1. İşletme Yönetiminde Güncel Konular ve Yeni Yaklaşımlar, Kitap, Editör, Seçkin Yayıncılık, 01.08.2022

#### **Üniversite Dışı Deneyim**

1997-2012 **SUBAY**

GENEL KURMAY BAŞKANLIĞI, (Kamu)

#### **Sertifika**

52620 International Defence Acquisition Resource Management, International Defence Acquisition Resource Management, Naval Postgraduate School, Monterey, California, Sertifika, 14.02.2005 -25.02.2005 (Uluslararası)

52653 Sling Load Inspector Certification, Lojistik, The United States Army Quartermaster School, Sertifika, 01.04.2002 -05.04.2002 (Uluslararası)

## **Kurs**

52612 Kişisel ve Kurumsal Rotalama, Kişisel ve Kurumsal Rotalama, Savunma Sanayi ve Teknoloji Eğitim Merkezi, Kurs, 25.03.2011 -26.03.2011 (Ulusal)

52608 İşletme Körlüğü, İşletme Körlüğü Eğitimi, Savunma Sanayi ve Teknoloji Eğitim Merkezi, Kurs, 24.03.2011 -25.03.2011 (Ulusal)

52623 Üretim Yönetimi, Üretim Yönetimi, Savunma Sanayi ve Teknoloji Eğitim Merkezi, Kurs, 19.06.2008 -20.06.2008 (Ulusal)

52642 NATO Logistics Course, Lojistik, Technische Schule des Heeres und Fachschule des Heeres für Technik, Kurs, 06.10.2003 -16.10.2003 (Uluslararası)

52657 Logistics Reporting , Lojistik, NATO Communications and Information Systems School, Kurs, 29.09.2003 -01.10.2003 (Uluslararası)

52634 Quartermaster Officer Basic Course, Lojistik, The United States Army Quartermaster School, Kurs, 04.03.2002 -13.06.2002 (Uluslararası)

52647 Toplam Kalite Yönetimi, Toplam Kalite Yönetimi, Kara Harp Okulu, Kurs, 19.03.2001 -23.03.2001 (Ulusal)