

Öğr. Gör. Dr. ZAFER CESUR

Kişisel Bilgiler

E-posta: zafer.cesur@kocaeli.edu.tr

Web: <https://avesis.kocaeli.edu.tr/zafer.cesur>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: jQYEJgAAAAJ

ORCID: 0000-0002-5758-7688

Publons / Web Of Science ResearcherID: F-5851-2018

Yoksis Araştırmacı ID: 174288

Eğitim Bilgileri

Doktora, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye 2019 - 2023

Ön Lisans, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Hukuk Bölümü, Türkiye 2015 - 2017

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2005 - 2007

Lisans, Marmara Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2001 - 2005

Ön Lisans, İstanbul Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Teknolojileri Bölümü, Türkiye 1998 - 2000

Araştırma Alanları

İşletme, Pazarlama, Lojistik Yönetimi

Akademik Unvanlar / Görevler

Öğretim Görevlisi Dr., Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ö.İ. Uzunyol Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon, 2016 - Devam Ediyor

Öğretim Görevlisi, Sakarya Üniversitesi, Ali Fuat Cebesoy Meslek Yüksekokulu, Yönetim Ve Organizasyon Bölümü, 2014 - 2016

Öğretim Görevlisi, Kırklareli Üniversitesi, Lüleburgaz Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, 2010 - 2014

Akademik İdari Deneyim

Bölüm Stratejik Plan Komisyonu Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ö.İ. Uzunyol Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon, 2017 - Devam Ediyor

İntibak/Muafiyet Komisyonu Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ö.İ. Uzunyol Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon, 2016 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

PAZARLAMA İLKELERİ, Ön Lisans, 2023 - 2024

Üretim yönetimi, Ön Lisans, 2023 - 2024
Elektronik ticaret, Ön Lisans, 2023 - 2024
Elektronik ticaret, Ön Lisans, 2023 - 2024
Perakende yönetimi, Ön Lisans, 2023 - 2024
Tüketici Davranışları , Ön Lisans, 2023 - 2024
Pazarlama, Ön Lisans, 2023 - 2024
Tedarik zinciri yönetimi, Ön Lisans, 2023 - 2024
Pazarlama Yönetimi, Ön Lisans, 2018 - 2019

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Gastronomi Turizmi Açısından Gastronomi İmajı ve Yaratıcı Şehirler Kavramlarının İncelenmesi**
CESUR Z.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.9, ss.357-364, 2023 (Hakemli Dergi)
- II. **Destinasyon Pazarlaması Kapsamında Destinasyon Markası İmajı ve Önemi**
CESUR Z.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.9, ss.348-356, 2023 (Hakemli Dergi)
- III. **Şehirlerin Marka Olarak Pazarlanması Kavramının Şehir Markasını Ziyaret Bağlamında İncelenmesi**
CESUR Z.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.9, ss.422-430, 2023 (Hakemli Dergi)
- IV. **Tüketicilerin Çevreye Yönelik Tutumlarının Çevre Dostu Ürün Satın Alma Niyeti ve Davranışı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi**
CESUR Z., GÜVEN T.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS), cilt.9, sa.1, ss.17-24, 2023 (Hakemli Dergi)
- V. **Metaverse Evreninin Pazarlama Karması ile İlişkisi: Markalara Yönelik Uygulama Örnekleri**
CESUR Z., MEMİŞ S., ÇAM F. B.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.8, ss.81-89, 2022 (Hakemli Dergi)
- VI. **X,Y Ve Z Kuşağı Muhafazakar Tüketicilerin Helal Otel Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma**
MEMİŞ S., CESUR Z.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.8, ss.95-105, 2022 (Hakemli Dergi)
- VII. **Tüketicilerin Gösterişçi Tüketim Eğilimlerinin Y Ve Z Kuşağı Açısından İncelenmesi**
CESUR Z., ÇAM F. B.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.8, ss.73-80, 2022 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Algılanan Müşteri Deneyiminin (Kruvaziyer Turist Deneyiminin) Marka Sadakati Üzerine Etkisi: MSC Kruvaziyer Örneği**
EKŞİ O., CESUR Z.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, ss.83-98, 2022 (Hakemli Dergi)
- IX. **Algılanan Sosyal Medya Pazarlaması'nın Gösterişçi Tüketim Üzerine Etkisi'nde Influencer Pazarlamasının Aracılık Rolü**
EKŞİ O., CESUR Z., YAVUZYILMAZ O.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, ss.70-82, 2022 (Hakemli Dergi)
- X. **DESTİNASYON PAZARLAMASININ GÖRSEL HARİTALAMA TEKNİĞİ İLE BİBLİYOMETRİK ANALİZİ**
EKŞİ O., CESUR Z., YAVUZYILMAZ O.
ÇATALHÖYÜK, International Journal of Tourism and Social Research, cilt.8, ss.136-147, 2022 (Hakemli Dergi)
- XI. **Algılanan Müşteri Değerinin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinde Müşteri Katılımının Aracılık Etkisi: Gsm Operatörü Çağrı Merkezleri Üzerine Bir Araştırma**
CESUR Z., MEMİŞ S.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.7, ss.135-143, 2021 (Hakemli Dergi)

- XII. **İnternette Uygulanan Promosyon ve Fiyat İndirimlerinin Anlık Satın Alma Eğiliminin İnternette Anlık Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkilerinde İnternette Alışveriş Tecrübesinin (Sıklığının) Rolü**
CESUR Z., MEMİŞ S.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.7, ss.144-153, 2021 (Hakemli Dergi)
- XIII. **İşletmelerin, Tüketici Tarafından Algılanan Sosyal Medya Çabalarının (Aktivitelerinin) Marka Tercihine Etkisinde Markaya Duyulan Güvenin Aracılık Etkisi: GSM Sektöründe Bir Uygulama**
CESUR Z., MEMİŞ S.
Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.13, sa.25, ss.736-754, 2021 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Deneyimsel Pazarlamanın Davranışsal Niyet Üzerindeki Etkilerinde Müşteri Memnuniyetinin Mediatör Ve Mağaza Türünün Moderatör Rolü**
CESUR Z., CANDAN ÇAM F. B.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.7, ss.37-64, 2021 (Hakemli Dergi)
- XV. **Etkinlik Pazarlaması Kapsamında Algılanan Sosyal Faydanın Etkinliğe Katılım Algısı,Etkinlik Tatmin Düzeyi Ve Marka Hoşnutluğu Üzerindeki Etkisi: ÜniversitelerdeDüzenlenen Kariyer Etkinliği Üzerinde Bir Araştırma**
MEMİŞ S., CESUR Z.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.6, ss.69-77, 2020 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Destinasyon Pazarlaması Kapsamında Destinasyon Aidiyeti Kavramının İncelenmesi**
CESUR Z.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.6, ss.101-107, 2020 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Ürünlerde Helal Sertifikasyon ve Logo Uygulamaları**
MEMİŞ S., CESUR Z.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.6, ss.65-68, 2020 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **MARKA BEĞENİLİRLİĞİNİN MARKA TERCİHİ ÜZERİNE ETKİSİ: CEP TELEFONU SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA**
CESUR Z., ALNIAÇIK Ü.
International Journal of Social Humanities Sciences Research (JSHSR), cilt.6, sa.44, ss.3484-3494, 2019 (Hakemli Dergi)
- XIX. **Tüketici Boykotunun Çevresel Hassasiyetlerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma**
MEMİŞ S., CESUR Z.
Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.5, sa.4, ss.25-33, 2019 (Hakemli Dergi)
- XX. **Devletin Sosyal Amaçlı Sigara Kullanımını Azaltmaya Yönelik Pazarlamama (Demarketing) Uygulamalarının Tüketiciler Üzerindeki Etkisi**
MEMİŞ S., CESUR Z.
3. Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, cilt.54, sa.1, ss.108-121, 2019 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Tüketicilerin Helal Sertifikalı Mamullere Yöneliminin, Algılanan Risk ve Güven Arayışına Aracılık Etkisi**
MEMİŞ S., CESUR Z., AKIN Ü.
Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, cilt.5, sa.2, ss.32-46, 2018 (Hakemli Dergi)
- XXII. **Politik Marka Bağlılığı ve Marka Bağlılığını Etkileyen Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma**
CESUR Z., MEMİŞ S.
Electronic Journal of Vocational Colleges, cilt.7, sa.1, ss.74-83, 2017 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **Sakarya Üniversitesi'nin Marka Kişiliğinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
TAYFUR G., CESUR Z., MEMİŞ S.
The Journal of Academic Social Science Studies, sa.54, ss.241-253, 2017 (Hakemli Dergi)
- XXIV. **SOSYAL MEDYA ÜZERİNDE GÖSTERİLEN REKLAMLARIN AHLAK KAVRAMI AÇISINDANDEĞERLENDİRİLMESİ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMAEVALUATING THE ADVERTISEMENTS SHOWN THROUGH SOCIAL MEDIA IN TERMS OF THECONCEPT OF MORALITY A REVIEW ON UNIVERSITY STUDENTS**
CESUR Z., MEMİŞ S., GÖKKAYA Ö., DEMİR B.
TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi, cilt.32, ss.274-290, 2016 (Hakemli Dergi)

- XXV. **YEŞİL ÜRÜNLERE İLİŞKİN ÖĞRENCİLERİN TUTUMLARINI BELİRLEMeye YÖNELİK BİRARAŞTIRMA**
CESUR Z., MEMİŞ S.
Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.9, sa.46, ss.664-673, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXVI. **ALGILANAN HİZMET KALİTESİ İLE MARKA BAĞLILIĞI İLİŞKİSİ ŞEHİRLERARASI YOLCU TAŞIMACILIĞI YAPAN OTOBÜS FİRMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
MEMİŞ S., CESUR Z.
Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.14, sa.2, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXVII. **İNTERNETTEN ALIŞVERİŞ DAVRANIŞINDA ALGILANAN TÜKETİCİ RİSKLERİ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**
CESUR Z., TAYFUR G.
electronik journal of vocational colleges, cilt.5, sa.1, ss.19-33, 2015 (Hakemli Dergi)
- XXVIII. **Marka Adı Stratejisi ve Türk İşletmelerinin Yabancı Sözcük İçeren Marka Adı Belirlemelerine İlişkin Bir Araştırma**
TIĞLI M., CESUR Z.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.21, sa.1, ss.297-326, 2006 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Elektronik lojistik uygulamaları**
Cesur Z.
lojistikte güncel uygulamalar, selçuk korucuk,esra atukalp, Editör, Akademisyen, Ankara, ss.114-127, 2019
- II. **lojistikte dış kaynak kullanımı**
Cesur Z.
lojistikte güncel uygulamalar, selçuk korucuk,esra atukalp, Editör, akademisyen, Ankara, ss.57-72, 2019

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Turizm Seyahat Pazarında Tüketici Davranışlarının Kuşaklar Bağlamında İncelenmesi**
MEMİŞ S., CESUR Z.
XVIII. International Balkan and Near Eastern Congress Series on Economics, Business and Management-Ohrid / Republic of North Macedonia, Ohrid, Makedonya, 26 Kasım 2022, ss.540-546
- II. **Sosyal Etki (Influencer) Pazarlama Uygulamaları**
MEMİŞ S., CESUR Z.
XV. IBANESS Congress Series on Economics, Business and Management, Plovdiv, Bulgaristan, 29 Mayıs 2021, ss.1161-1164
- III. **İnternette Uygulanan Promosyon ve Fiyat İndirimlerinin Anlık Satın Alma Eğiliminin İnternette Anlık Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkileri**
CESUR Z., MEMİŞ S.
XV. IBANESS Congress Series on Economics, Business and Management, Plovdiv, Bulgaristan, 29 Mayıs 2021, ss.1416-1423
- IV. **ELEKTRONİK TEDARİK ZİNCİRİ UYGULAMALARI: LOJİSTİKFAALİYETLERDE KULLANILAN YAZILIMLAR VE LOJİSTİK İŞLETMELEREETKİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**
CESUR Z.
ULUSLARARASI MARMARA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, 1 - 03 Kasım 2019, ss.357-362
- V. **COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN BÖLGESEL TURİZMİN GELİŞİMİÜZERİNDEKİ ETKİSİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME**
CESUR Z.
ULUSLARARASI MARMARA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, 1 - 03 Kasım 2019, ss.363-367
- VI. **CEP TELEFONU SEKTÖRÜNDE MARKA BEĞENİLİRLİĞİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR**

ARAŞTIRMA

CESUR Z., ALNIAÇIK Ü.

ULUSLARARASI MARMARA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, 1 - 03 Kasım 2019, ss.368-376

- VII. **Marka Kavramının Helal Pazarlama Açısından Değerlendirilmesi**
MEMİŞ S., CESUR Z.
XII. IBANESS Congress Series on Economics, Business and Management, Tekirdağ, Türkiye, 5 - 06 Ekim 2019, ss.519-523
- VIII. **Pazarlama 4.0 ve Etkileri Üzerine Bir İnceleme**
CESUR Z., MEMİŞ S.
XII. IBANESS Congress Series on Economics, Business and Management, 5 - 06 Ekim 2019, ss.607-611
- IX. **Tüketici Boykotunun Cinsiyete Göre Farklılaşmasına Yönelik Bir Araştırma**
MEMİŞ S., CESUR Z.
XII. IBANESS Congress Series on Economics, Business and Management, 5 - 06 Ekim 2019
- X. **Helal Okuryazarlık Kavramına Yönelik Bir İnceleme**
MEMİŞ S., CESUR Z.
Uluslararası Marmara Fen ve Sosyal Bilimler Kongresi (IMASCON), Kocaeli, Türkiye, 26 - 28 Nisan 2019, ss.311-315
- XI. **Kara Cuma (Black Friday) Etkinliğinin Pazarlamayla Olan İlişkisi Üzerine Bir İnceleme**
CESUR Z., MEMİŞ S.
Uluslararası Marmara Fen ve Sosyal Bilimler Kongresi (IMASCON), Kocaeli, Türkiye, 26 - 28 Nisan 2019, ss.316-318
- XII. **Tüketicilerin Devletin Sigara Kullanımını Azaltmaya Yönelik Uyguladığı Demarketing Faaliyetlerine Bakışının Araştırılması**
MEMİŞ S., CESUR Z.
Uluslararası Marmara Fen ve Sosyal Bilimler Kongresi (IMASCON), 23 - 25 Kasım 2018, ss.430-435
- XIII. **İş Sağlığı ve Güvenliği Programı Öğrencilerinin Problem Çözme Becerisi Algılarının İncelenmesi**
Güngör Ö., Gökaya Ö., Demir B., Cesur Z.
4. Uluslararası Sosyal Bilimleri Sempozyumu, Antalya, Türkiye, 3 - 05 Mayıs 2018
- XIV. **Meslek Yüksekokulu'nda Görevli Akademisyenlerin Mesleki Motivasyon Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi**
Demir B., Güngör Ö., Yüksel A., Cesur Z.
4. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi (Asos Kongress), Antalya, Türkiye, 3 - 05 Mayıs 2018
- XV. **Meslek Yüksekokulu'nda Görevli Akademisyenlerin Mesleki Motivasyon Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi**
Demir B., Güngör Ö., Yüksel A., Cesur Z.
4. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi (Asos Kongress), Antalya, Türkiye, 3 - 05 Mayıs 2018
- XVI. **Seçmenlerin, Parti (Politik Marka) Tercihini Belirleyen Faktörlerin Politik Pazarlama Bağlamında Ortaya Çıkarılmasına Yönelik Bir Araştırma**
Cesur Z., Memiş S., Güngör Ö., Demir B.
VII. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Edirne, Türkiye, 24 - 25 Mart 2018, ss.758
- XVII. **Marka Bağlamında Marka Adı Kavramının Pazarlama ve Hukuk Açısından Değerlendirilmesi**
Cesur Z., Memiş S., Güngör Ö., Demir B.
VII. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Edirne, Türkiye, 24 - 25 Mart 2018, ss.759
- XVIII. **Elektronik Ortamda Girişimcilik: Elektronik Ticaret ve Sosyal Medyanın Girişimcilik Üzerine Etkileri**
Cesur Z., Memiş S., Demir B., Güngör Ö.
VII. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Edirne, Türkiye, 24 - 25 Mart 2018, ss.757
- XIX. **Tüketicilerin Helal Sertifikalı Ürün Tercihini Etkileyen Faktörleri ve Algılamalarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma**

MEMİŞ S., CESUR Z.

VII. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, 24 - 25 Mart 2018, ss.726

- XX. **TÜRKİYE'DE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ YÖNÜNDEN KAMU-ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANLARININ BEKLENTİLERİNİN KARŞILAŞTIRMASI**
Güngör Ö., Gökkaya Ö., Demir B., Cesur Z.
Dmitri Yavorinitski 1. Uluslararası Avrupa Sosyal Bilimler Kongresi, Kyyiv, Ukrayna, 17 - 20 Temmuz 2017
- XXI. **Meslek Yüksek Okulunda İşletme Yönetimi Eğitimi Alan Öğrencilerin İşletme Yönetimi Eğitimine Yönelik Beklenti ve Motivasyonlarının Belirlenmesine Yönelik Araştırma: Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksek Okulu Örneği**
Cesur Z., Demir B., Güngör Ö., Pehlivan E.
II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Antalya, Türkiye, 18 - 20 Mayıs 2017
- XXII. **Üniversite Öğrencilerinin Instagram'da Gösterilen Reklamlara Yönelik Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
Demir B., Yüksel A., Güngör Ö., Cesur Z.
II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Antalya, Türkiye, 18 - 20 Mayıs 2017
- XXIII. **İş Güvenliği Kültürünün Oluşturulmasında Eğitimin Önemi**
Güngör Ö., Cesur Z., Demir B., Gökkaya Ö.
II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Antalya, Türkiye, 18 - 20 Mayıs 2017
- XXIV. **Meslek Yüksek Okulu İşletme Yönetimi Öğrencilerinin Pazarlama Dersleri Bağlamında Pazarlama Kavramına Yönelik Algılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
GÖKKAYA Ö., GÜNGÖR Ö., DEMİR B., CESUR Z.
VII. Uluslararası Eğitimde Araştırmalar Kongresi, VII. Uluslararası Eğitimde Araştırmalar Kongresi, 27 - 29 Nisan 2017
- XXV. **Üniversite Öğrencilerinin Medya Ve Televizyon Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Alan Çalışması,**
Memiş S., Cesur Z., Demir B., Gökkaya Ö., Güngör Ö.
VII. Uluslararası Eğitimde Araştırmalar Kongres, Rize, Türkiye, 27 - 29 Nisan 2017
- XXVI. **Seçmenlerin Politik Pazarlamada Marka Değişirme Eğilimi Faktörlerinin Ortaya Çıkarılmasına Yönelik Bir Araştırma**
CESUR Z., MEMİŞ S.
IBANESS-III. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, 4 - 05 Mart 2017
- XXVII. **Tedarik Zinciri Yönetiminde Dış Kaynak Kullanımı: Üçüncü ve Dördüncü Parti (Taraf) Lojistik**
CESUR Z., MEMİŞ S.
III. IBANESS Congress Series, 4 - 05 Mart 2017, ss.1815

Desteklenen Projeler

Cesur Z., Memiş S., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Devletin Sosyal Amaçlı Sigara Kullanımını Azaltmaya Yönelik Demarketing Uygulamalarının Tüketiciler Üzerinde Etkisi, 2018 - 2019

Cesur Z., Memiş S., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Tüketicilerin Helal Sertifikalı Mamullere Yöneliminin, Algılanan Risk ve Güven Arayışına Aracılık Etkisi, 2017 - 2018

Bilimsel Kuruluşlardaki Üyelikler / Görevler

türkiye pazarlama derneği, Üye, 2005 - Devam Ediyor

Metrikler

Yayın: 57

Atıf (Scopus): 1

H-İndeks (WoS): 1

H-İndeks (Scopus): 1

Akademi Dışı Deneyim

Akademi Barkod Ltd Şti