

Doç. Dr. İbrahim Aydın

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 432 444 5065](tel:+904324445065) Dahili: 25353

E-posta: ibrahimaydin@yyu.edu.tr

Web: <https://avesis.yyu.edu.tr/ibrahimaydin>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-0720-364X

ScopusID: 58033379000

Yoksis Araştırmacı ID: 19369

Eğitim Bilgileri

Yüksek Lisans, Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Özel Hukuk, Türkiye 2022 - Devam Ediyor

Lisans, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ali Fuad Başgil Hukuk Fakültesi, Hukuk Bölümü, Türkiye 2017 - 2021

Doktora, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Türkiye 2012 - 2018

Yüksek Lisans, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Türkiye 2010 - 2012

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2007 - 2009

Ön Lisans, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Meslek Yüksekokulu, Turizm Ve Otel İşletmeciliği, Türkiye 2005 - 2007

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

Doktora, KARŞILAŞTIRMALI VE KARŞILAŞTIRMALI OLMAYAN REKLAMLARIN TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, 2018

Yüksek Lisans, otel işletmelerinde internet reklamlarının müşteri davranışları üzerindeki etkisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, 2012

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2023 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2022 - 2023

Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2018 - 2022

Akademik İdari Deneyim

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Examining Users' Intentions to Use Cryptocurrency in Türkiye**
Çelik Z., Aydın İ., Yiğenoğlu K., Cesur A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ELECTRONIC FINANCE, cilt.0, sa.0, 2027 (Scopus)
- II. **An Empirical Study on Consumers' Intentions to Use and WOM Communication Intentions for Product Deliveries by Drone**
Çelik Z., Aydın İ., Yiğenoğlu K., Cesur A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ELECTRONIC MARKETING AND RETAILING, sa.0, 2026 (Scopus)
- III. **The effect of service quality on brand love and brand equity**
Özdemir B., Aydın İ.
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.9, sa.18, ss.229-241, 2024 (Hakemli Dergi)
- IV. **The Moderating Role of Perceived Quality in the Effect of Trust in Sales Consultant on Word of Mouth Communication**
Aydın İ., Koçak H.
Van Yüzüncü Yıl University The Journal of Social Sciences Institute, sa.66, ss.86-95, 2024 (Hakemli Dergi)
- V. **A Systematic Review of Empirical Studies on Service Robots**
Çelik Z., Aydın İ., Yiğenoğlu K.
Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, cilt.27, sa.2, ss.469-484, 2024 (Hakemli Dergi)
- VI. **Consumers' foresight for the digital Turkish lira: an empirical study**
Aydın İ., Çelik Z., Yiğenoğlu K., Cesur A.
JOURNAL OF FINANCIAL SERVICES MARKETING, cilt.29, sa.2, ss.214-228, 2024 (ESCI)
- VII. **AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİMİN ALGILANAN FİNANSAL PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE MARKA DEĞERİ VE MARKA AŞKININ DÜZENLEYİCİ ROLÜNÜN İNCELENMESİ**
Aydın İ., Ünal A.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, cilt.8, sa.16, ss.234-250, 2023 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Ziraat Katılım Bankası'nın Sosyal Medyada Verdiği Reklamların Güvenilirliğinin Marka Değeri, Marka Aşk ve Marka Güveni Üzerine Olan Etkisinin İncelenmesi**
Güneş S., Aydın İ.
Econder International Academic Journal, cilt.7, sa.2, ss.121-135, 2023 (Hakemli Dergi)
- IX. **Investigating the Effect of Relationships Among Studies in the Context of Research Methodology on Predicting the Results of Hypotheses**
Çelik Z., Aydın İ., Dülek B., Saydan R.
Turkish Journal of Marketing, cilt.8, sa.4, ss.106-118, 2023 (Hakemli Dergi)
- X. **Drone İle Teslimata Yönelik Algılanan Güvenin Kullanım Niyeti Üzerindeki Etkisinde Algılanan Risk ve Ağızdan Ağıza İletişimin Aracılık Rollerinin Araştırılması**
Aydın İ., Çelik Z.
Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies, cilt.10, sa.1, ss.49-67, 2023 (Hakemli Dergi)
- XI. **INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN COVID-19 PANDEMIC AND CONSUMPTION BEHAVIOR, NUTRITION HABITS, PHYSIOLOGICAL ACTIVITY AND COMPLEMENTARY MEDICINE PRACTICES IN DIFFERENT AGE AND PROFESSION GROUPS**
Takım K., Aydemir M. E., Aydın İ.
JOURNAL OF BASIC AND CLINICAL HEALTH SCIENCES, cilt.7, sa.1, ss.167-185, 2023 (ESCI)
- XII. **A Bibliometric Analysis of Empirical Studies on Drone Delivery**
CESUR A., YİĞENOĞLU K., AYDIN İ., ÇELİK Z.

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sa.58, ss.118-133, 2022 (Hakemli Dergi)

XIII. METAVERSE: BIBLIOMETRIC ANALYSIS, A CONCEPTUAL MODEL PROPOSAL, AND A MARKETING-ORIENTED APPROACH

Çelik Z., Dülek B., Aydın İ., Saydan R.

Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sa.24, ss.383-394, 2022 (Hakemli Dergi)

XIV. A Bibliometric Analysis of Empirical Studies on Cryptocurrencies in the Time of COVID-19

YİĞENOĞLU K., CESUR A., ÇELİK Z., AYDIN İ.

Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2022 (Hakemli Dergi)

XV. Hedonik Motivasyonun Drone ile Teslimata Yönelik Tutum Üzerindeki Etkisi: Ağızdan Ağıza İletişimin Aracılık Rolü

Aydın İ.

İşletme Akademisi Dergisi, cilt.3, sa.1, ss.34-45, 2022 (Hakemli Dergi)

XVI. Instagram'da Nüfuzunun İlgi Çekiciliğinin Marka Sadakati, Marka İmajı, Marka Farkındalığı ve Ağızdan Ağıza İletişim Üzerindeki Etkisinin Araştırılması

Aydın İ.

Journal of Economics, Business & Political Studies, cilt.9, sa.1, ss.38-68, 2022 (Hakemli Dergi)

XVII. Facebook'ta Verilen Reklamların, Reklam Güvenilirliği ve Bilgilendiriciliği Üzerindeki Etkisinin Araştırılması

Kendir S. S., Aydın İ., Karataş İ. A., Dülek B.

İzmir İktisat Dergisi, cilt.37, sa.1, ss.156-173, 2022 (Hakemli Dergi)

XVIII. Restoranlarda Robot Garsonlar Kullanmanın Tüketicilerin Davranışsal Niyetlerine Etkisi

Çelik Z., Aydın İ.

Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.23, sa.1, ss.317-336, 2022 (Hakemli Dergi)

XIX. INVESTIGATION OF THE EFFECT OF ROBOT WAITER USAGE DESIRE ON WORD OF MOUTH COMMUNICATION AND ROBOT WAITER USAGE ATTITUDE IN RESTAURANTS

Aydın İ.

Turkish Business Journal, cilt.2, sa.4, ss.93-105, 2021 (Hakemli Dergi)

XX. Nüfuz Pazarlamasında (Influencer Marketing) Nüfuzluya Güvenin Marka Değeri, Marka Aşkı ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinin Araştırılması

Aydın İ.

JOURNAL OF EMERGING ECONOMIES AND POLICY, cilt.6, sa.2, ss.213-225, 2021 (Hakemli Dergi)

XXI. Bibliometric Analysis of Empirical Studies on the Subject of COVID-19 in Consumer Behaviour Researches Between 2020-2021 with Visual Mapping Technique

AYDIN İ., ÇELİK Z.

Turkish Journal of Marketing, cilt.6, sa.3, ss.161-174, 2021 (Hakemli Dergi)

XXII. Facebook Reklamlarının Satın Alma Niyeti ve Reklamın İlgi Çekiciliğine Yönelik Tutum Üzerindeki Etkisinin Araştırılması

Kendir S. S., Aydın İ.

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.0, sa.53, ss.91-112, 2021 (Hakemli Dergi)

XXIII. Covid-19 Pandemi Döneminde Korku Öğesi Barındıran ve Virüsten Korunma Temalı Reklamların Satın Alma Niyeti ve Reklama Yönelik Tutum Üzerindeki Etkileri

Aydın İ.

Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.9, sa.4, ss.869-883, 2021 (Hakemli Dergi)

XXIV. KORKU ÖĞESİ BULUNDURAN REKLAMLARIN MARKAYA VE REKLAMIN GÜVENİLİRLİĞİNE YÖNELİK TUTUM ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI

Aydın İ.

Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.5, sa.1, ss.277-304, 2021 (Hakemli Dergi)

XXV. Perakendecilikte drone ile ürün teslimatının tüketicilerin davranışsal niyetlerine etkisi

ÇELİK Z., AYDIN İ.

Business and Management Studies: An International Journal, cilt.9, sa.4, ss.1422-1436, 2021 (Hakemli Dergi)

XXVI. Tüketicilerin Fiziksel Mağaza Alışverişlerinde Artırılmış Gerçeklik Uygulaması Olarak Akıllı Ayna

Kullanmasının Davranışsal Niyete Etkisi

ÇELİK Z., AYDIN İ.

İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.13, sa.4, ss.3573-3585, 2021 (Hakemli Dergi)

XXVII. EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON E-WOM, BRAND LOYALTY, AND PURCHASE INTENT

Dülek B., Aydın İ.

BUSBED. BİNGÖL UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE, cilt.10, sa.20, ss.271-288, 2020 (Hakemli Dergi)

XXVIII. The Effects of Negative-Framed Antismoking Public Service Announcements Pertain to Health Risks on High School Students

Aydın İ., Yıldırım İ.

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.20, sa.2, ss.29-44, 2020 (Hakemli Dergi)

XXIX. KARŞILAŞTIRMALI REKLAMLARIN TÜKETİCİLERDE NEDEN OLDUĞU TUTUM FARKLILIKLARININ ARAŞTIRILMASI

Aydın İ.

Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.16, sa.1, ss.233-255, 2020 (Hakemli Dergi)

XXX. GENİŞLETİLMİŞ PAZARLAMA PAZARLAMAYI NEDEN ZENGİNLEŞTİRDİ?

AYDIN İ.

Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.5, sa.25, ss.348-352, 2018 (Hakemli Dergi)

XXXI. Doğrudan Karşılaştırmalı Reklamların Tüketiciler Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması

Aydın İ.

İktisadiyat, cilt.1, sa.1, ss.91-114, 2017 (Hakemli Dergi)

XXXII. Pazarlama Perspektifinden Karşılaştırmalı Reklamlar

Aydın İ.

Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.5, sa.3, ss.899-921, 2017 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

I. Ulusal Sürdürülebilir Pazarlama Literatürünün Bibliyometrik Analizi

Çelik Z., Aydın İ.

İşletmecilik Alanındaki Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Muhasebe ve Finansman, Yönetim ve Organizasyon, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Boyutlarıyla), Dursun KELEŞ, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.311-335, 2022

II. Mobil Pazarlama

Aydın İ., Çelik Z.

Yeni Nesil Pazarlama Yaklaşımları, Aytuğ MERMER ÜZÜMLÜ, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.253-269, 2022

III. Nöropazarlama-Tüketicinin Beynindeki Sırları Anlamak

Aydın İ., Çelik Z.

Dijital Pazarlama-Yaklaşım ve Uygulamalar, Emrah Sıtkı YILMAZ, Editör, Orion Akademi, Ankara, ss.278-299, 2022

IV. İnsanları Taklit Eden Teknolojiler Bağlamında Pazarlama 5.0

Aydın İ.

ULUSAL VE KÜRESEL ÖLÇEKTE TÜM YÖNLERİYLE PAZARLAMA , Şahin Karabulut, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.27-46, 2022

V. Turizm Sektöründe Sağlık Pazarlaması

Çelik Z., Aydın İ.

Turizm Sektöründe Pazarlama Paradigmaları, Osman ÖZDEMİR, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.5-19, 2021

VI. Turizm Sektöründe Mobil Pazarlama

Çelik Z., Aydın İ.

Turizm Pazarlamasında Dijital Dönüşüm, ÖZDEMİR OSMAN, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.105-118, 2021

VII. SOSYAL MEDYADA NÜFUZ PAZARLAMASI

Aydın İ.

DİJİTAL ÇAĞDA PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Mermer Üzümlü, Aytuğ, Editör, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM

DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ., Ankara, ss.139-159, 2021

VIII. SAĞLIK SEKTÖRÜNDE PAZARLAMA

Aydın İ.

SEKTÖRLERDE STRATEJİK PAZARLAMA, Apaydın,Fahri, Editör, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM

DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ., Ankara, ss.75-101, 2021

IX. Hizmet Telafisi

Aydın İ.

MÜŞTERİ ŞİKÂYET YÖNETİMİ, Apaydın,Fahri, Editör, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC.

LTD. ŞTİ., Ankara, ss.209-228, 2020

X. Geleneksel ve Yeni Mecralar

Aydın İ.

Tüm Yönleriyle Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Mermer Üzümlü,Aytuğ, Editör, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK

EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ., Ankara, ss.107-124, 2020

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. Olumlu Belediye İmajının Seçimlere Yönelik Tutum Üzerindeki Etkisi

Aydın İ., Saydan R., Çelik Z.

3rd International Conference on Contemporary Academic Research, Konya, Türkiye, 10 - 11 Kasım 2024, ss.358-361

II. Demografik Özelliklere Göre Tüketici Boykot Davranışının İncelenmesi

Çelik Z., Saydan R., Aydın İ.

3rd International Conference on Contemporary Academic Research, Konya, Türkiye, 10 - 11 Kasım 2024, ss.444-449

III. The Effect of Demographic Characteristics on the Effect of Nostalgia Advertising on Purchase Intention

Saydan R., Çelik Z., Aydın İ.

4th International Conference on Engineering, Natural and Social Sciences, Konya, Türkiye, 22 - 23 Ekim 2024, ss.404-409

IV. Coğrafi İşaretli Ürünlere Yönelik Olumlu Fiyat Algısının Satın Alma Tercihine Etkisi

Saydan R., Aydın İ., Çelik Z.

4th International Conference on Engineering, Natural and Social Sciences, Konya, Türkiye, 22 - 23 Ekim 2024, ss.428-431

V. SOSYAL MEDYA PAZARLAMASININ MARKA AŞKI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Ünal A., Aydın İ.

3. BİLSEL INTERNATIONAL ASPENDOS SCIENTIFIC RESEARCHES CONGRESS, Antalya, Türkiye, 12 - 13 Ekim 2024, ss.187-193

VI. KÂR AMACI GÜTMİYEN KURULUŞLARDA SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARINA GÜVENİN EMPATİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Aydın İ., Ünal A.

3. BİLSEL INTERNATIONAL ASPENDOS SCIENTIFIC RESEARCHES CONGRESS, Antalya, Türkiye, 12 - 13 Ekim 2024, ss.179-186

VII. The Effect of Brand Mark on Word of Mouth Communication in the Football Industry

Aydın İ., Saydan R., Çelik Z.

5th International Conference on Innovative Academic Studies, Konya, Türkiye, 10 - 11 Ekim 2024, ss.133-137

VIII. The Effect of Gender on the Effect of Perceived Service Quality on Repurchase Intention

Çelik Z., Saydan R., Aydın İ.

5th International Conference on Innovative Academic Studies, Konya, Türkiye, 10 - 11 Ekim 2024, ss.79-84

IX. Bankaların Sosyal Medya Reklamlarına Duyulan Güvenin Marka Çağrışımına Etkisi

Ünal A., Aydın İ.

- 3rd International Conference on Scientific and Innovative Studies, Konya, Türkiye, 11 - 12 Eylül 2024, ss.143-148
- X. **Hazır Giyim Sektöründe Marka Sadakatinin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi**
Aydın İ., Ünal A.
3rd International Conference on Scientific and Innovative Studies, Konya, Türkiye, 11 - 12 Eylül 2024, ss.138-142
- XI. **Investigating the Effect of Social Media Marketing on Word-of-Mouth Communication**
Aydın İ., Çelik Z., Saydan R.
EGE 10th International Conference on Social Sciences, İzmir, Türkiye, 22 - 24 Aralık 2023, cilt.1, ss.1478-1483
- XII. **The Effects of Brand Trust, Brand Love and Brand Loyalty on Word-of-Mouth Communication Intention**
Çelik Z., Aydın İ., Saydan R.
EGE 10th International Conference on Social Sciences, İzmir, Türkiye, 22 - 24 Aralık 2023, cilt.1, ss.1484-1489
- XIII. **Marka Bağlılığının Algılanan Finansal Performans Üzerindeki Etkisi**
Aydın İ., Saydan R.
3rd International Conference on Scientific and Academic Research, Konya, Türkiye, 25 - 26 Aralık 2023, ss.632-634
- XIV. **The Mediating Role of Mental Well-Being in the Effect of Financial Well-Being on Shopping Well-Being**
Çelik Z., Aydın İ.
2nd International Conference on Frontiers in Academic Research, Konya, Türkiye, 4 - 05 Aralık 2023, cilt.1, sa.6, ss.68-72
- XV. **The Mediating Role of Brand Image in the Effect of Social Media Marketing on Purchase Intention**
Aydın İ., Çelik Z.
2nd International Conference on Frontiers in Academic Research, Konya, Türkiye, 4 - 05 Aralık 2023, cilt.1, sa.6, ss.223-227
- XVI. **Algılanan Kalitenin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Ağızdan Ağıza İletişimin Düzenleyici Rolü**
Aydın İ., Ünal A.
3rd International Conference on Innovative Academic Studies, Konya, Türkiye, 26 - 28 Eylül 2023, ss.656-660
- XVII. **Çevrim İçi Yemek Sipariş Sitelerindeki Restoran Puanlamaları Üzerine Bir Çalışma**
Ünal A., Aydın İ.
3rd International Conference on Innovative Academic Studies, Konya, Türkiye, 26 - 28 Eylül 2023, ss.561-564
- XVIII. **Mutluluğun Online Alışverişte Alışveriş ve Tekrar Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Algılanan Alışveriş Zevkinin İlimlaştırıcı Rolü**
Çelik Z., Aydın İ.
4. International Istanbul Current Scientific Research Congress, İstanbul, Türkiye, 1 - 02 Mayıs 2023, ss.296-302
- XIX. **Marka Aşkınını Ağızdan Ağıza İletişim Üzerindeki Etkisinde Marka Sadakatinin Aracılık Rolünün İncelenmesi**
Aydın İ., Çelik Z.
2nd International Conference on Scientific and Academic Research, Konya, Türkiye, 14 - 16 Mart 2023, cilt.1, ss.168-173
- XX. **Drone ile Teslimata Yönelik Algılanan Güvenin Kullanım Niyeti Üzerindeki Etkisinde Algılanan Risk ve Ağızdan Ağıza İletişimin Aracılık Rollerinin Araştırılması**
Aydın İ., Çelik Z.
II. International Congress on Economics and Administrative Sciences 'New Threats and Opportunities in Global Politics and Economics', Bingöl, Türkiye, 19 - 20 Mart 2023, ss.200
- XXI. **MARKA GÜVENİNİN; ALGILANAN KALİTE, MARKA DEĞERİ VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI**
Aydın İ.
5. ULUSLARARASI İZMİR İKTİSAT KONGRESİ, İzmir, Türkiye, 25 - 26 Şubat 2022, ss.165-176
- XXII. **DİJİTAL ÇAĞDA MARKA YÖNETİMİ**
Dülek B., Aydın İ.
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON CULTURE AND CIVILIZATION, Toskent, Özbekistan, 15 - 16 Mart 2021, ss.60-68

XXIII. Covid-19 Pandemisinin Pazarlama Faaliyetleri Üzerindeki Etkileri

Aydın İ., Dülek B.

AKDENİZ ZİRVESİ 3. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Girne, Kıbrıs (Kktc), 17 - 18 Ekim 2020, ss.45-54

XXIV. TELAFİ PARADOKSU KAVRAMININ KURAMSAL ÇERÇEVEDE İNCELENMESİ

Aydın İ., Dülek B.

AKDENİZ ZİRVESİ 3. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, Girne, Kıbrıs (Kktc), 17 - 18 Ekim 2020, ss.17

XXV. DOLAYLI KARŞILAŞTIRMALI REKLAMLARIN REKLAMDAKİ BİLGİLERE YÖNELİK TUTUM VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN ARAŞTIRILMASI

AYDIN İ.

ASEAD II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Antalya, Türkiye, 21 - 23 Ekim 2017

XXVI. YEŞİL REKLAM VE TÜKETİCİLERİN YEŞİL REKLAMLARA YÖNELİK TUTUMLARI

AYDIN İ.

ASEAD II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Antalya, Türkiye, 21 - 23 Ekim 2017

Metrikler

Yayın: 75

Atıf (WoS): 5

Atıf (Scopus): 6

H-İndeks (WoS): 1

H-İndeks (Scopus): 2

Akademi Dışı Deneyim

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Personel Daire Başkanlığı

HATAY PTT MÜDÜRLÜĞÜ