

Prof. KADRI GÖKHAN YILMAZ

Personal Information

Email: g.yilmaz@hbv.edu.tr

Web: <https://avesis.hacibayram.edu.tr/g.yilmaz>

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-3702-1070

Yoksis Researcher ID: 134086

Education Information

Doctorate, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 2009 - 2013

Postgraduate, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), Turkey 2007 - 2009

Undergraduate Double Major, Gazi University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Turkey 2005 - 2007

Undergraduate, Gazi University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 2003 - 2007

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, Birincil ve ikincil verilerin kullanımı yoluyla Antalya ili turizm talep tahmini, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2013

Postgraduate, Tüketicilerin alışveriş merkezlerindeki perakendeci karmasına yönelik beklentileri üzerine ampirik bir araştırma ve Ankara ili uygulaması, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), 2009

Research Areas

Marketing

Academic Titles / Tasks

Professor, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, Department Of Business, 2024 - Continues

Associate Professor, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, Department Of Business, 2018 - 2024

Research Assistant, Gazi University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2009 - 2014

Courses

Dijital Pazarlama, Postgraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019

Hizmet Pazarlaması, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Pazarlamaya Giriş, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

İŞLETME POLİTİKASI VE STRATEJİLERİ, Undergraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014

Pazarlama Stratejileri, Undergraduate, 2018 - 2019

Satış Gücü Yönetimi, Postgraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2014 - 2015

Perakendecilik, Postgraduate, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

STRATEJİK PAZARLAMA PLANLAMASI, Postgraduate, 2016 - 2017, 2015 - 2016

İŞLETME BİLİMİNE GİRİŞ, Undergraduate, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

PAZARLAMA YÖNETİMİ, Undergraduate, 2015 - 2016, 2014 - 2015

PAZARLAMA PLANLAMASI, Undergraduate, 2013 - 2014

Advising Theses

YILMAZ K. G., BAŞ M., TÜKETİCİLERİN SOSYAL MEDYADA MARKA TAKİPÇİLİĞİNE YÖNELİK AMPİRİK BİR ÇALIŞMA: ANKARA İLİ ÖRNEĞİ, Postgraduate, A.ŞAP(Student), 2022

YILMAZ K. G., Uluslararası pazarlarda hedef pazar seçimi üzerine bir araştırma, Postgraduate, E.DEMİRAĞ(Student), 2021

YILMAZ K. G., M Jenerasyonu Kadın Tüketicilerin Hazır Giyim Sektöründeki Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi, Postgraduate, M.CANSU(Student), 2020

YILMAZ K. G., Kuşakların Yeme-İçme Alışkanlıklarının Değişiminde Sosyal Medyanın Rolü:Instagram Üzerine Bir Araştırma, Postgraduate, K.GÖZDE(Student), 2020

YILMAZ K. G., Sosyal medyanın tüketici satın alma karar sürecine etkisi: Kozmetik sektöründe kuşaklar arası farklılıklar üzerine bir araştırma, Doctorate, S.AKYILDIZ(Student), 2020

YILMAZ K. G., Mağaza atmosferinin, mağaza imajına ve müşteri sadakatine etkisi: Kahve zincirlerinde bir uygulama, Postgraduate, Z.AVCI(Student), 2019

YILMAZ K. G., Online alışveriş sitelerindeki algılanan e-hizmet kalitesinin e-müşteri memnuniyeti üzerine etkisi: (Y-jenerasyonu üzerine bir araştırma), Postgraduate, M.KARIMI(Student), 2019

YILMAZ K. G., Mağaza atmosferinin algılanan hizmet kalitesine etkisi: bir araştırma, Postgraduate, B.TUĞBA(Student), 2019

YILMAZ K. G., Özel okul öncesi eğitim kurumlarında hizmet kalitesinin servqual yöntemi kullanılarak ölçülmesi: Ankara ili örneği, Postgraduate, S.ERİŞKİN(Student), 2019

YILMAZ K. G., İnternet alışverişlerinde algılanan tüketici risklerinin online satın alma davranışı üzerine etkisi: Türkiye-İran karşılaştırması, Postgraduate, K.HALILI(Student), 2019

YILMAZ K. G., X ve Y kuşaklarının marka kişiliği algılamalarının karşılaştırılması: Bir araştırma, Postgraduate, M.DUYGU(Student), 2019

YILMAZ K. G., Sosyal ağlar üzerinden yapılan ticarete tüketici satın alma niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Instagram kullanıcıları üzerine bir araştırma, Postgraduate, M.PINAR(Student), 2018

YILMAZ K. G., Politik pazarlamada tutundurma faaliyetlerinin orta sınıfta yer alan seçmenlerin karar verme noktasındaki düşünceleri üzerine etkisi: Ankara ilinde bir araştırma, Postgraduate, F.KAYA(Student), 2017

YILMAZ K. G., Sosyal medyanın satın alma öncesi ve sonrası tüketici davranışına etkisi, Postgraduate, K.YANAR(Student), 2017

YILMAZ K. G., Konaklama işletmelerinde dış kaynak kullanımı (outsourcing) ve Ankara ilindeki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama örneği, Postgraduate, G.ZÖNGÜR(Student), 2015

YILMAZ K. G., Devlet destekli ihracatı geliştirme programlarının KOBİ'lere etkisi: Uluslararası rekabeti geliştirme projelerinin değerlendirilmesi, Postgraduate, G.EROĞLU(Student), 2015

YILMAZ K. G., Marka yaratma süreci ve Yenipazar ilçesi için bir model önerisi, Postgraduate, M.YÜSRAN(Student), 2015

Articles Published in Other Journals

- I. **Slow food and the slow food movement: a case study of consumer activism in Türkiye**
Tokucoglu Yumusak T., Yilmaz K. G., Deligonul S. Z., Cavusgil T.
Journal of Hospitality and Tourism Insights, 2024 (ESCI)
- II. **Tüketicilerin Demografik Özelliklerine Göre Satın Alma Davranışının İncelenmesi: Kasım Ayı İndirim Günleri Üzerine Bir Araştırma**
Yavuz S., YILMAZ K. G.
Journal of Business Management and Economic Research, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Kültürel Diplomasi Silahı Olarak Pazarlama: Ankara da Eğitim Gören Türkiye Burslusu Öğrenciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma (Marketing as A Cultural Diplomacy Weapon: Qualitative Research on Türkiye Scholarships Students Studying in Ankara)**
ANAYURT M. O., YILMAZ K. G.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.15, pp.1425-1440, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Fiyat İndirimlerinde Kırılma Noktası ve Tüketici Davranışlarına Etkisinin Analizi**
YUMUŞAK T., TOLON M., YILMAZ K. G., GÜL İ.
Alanya Akademik Bakış, vol.6, no.2, pp.2499-2510, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Özel Okul Öncesi Eğitim Kurumlarının Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemiyle İncelenmesi (Investigation of the Service Quality of Private Preschool Educational)**
Erişkin S., YILMAZ K. G.
Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, vol.1, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Uluslararası Pazarlarda Hedef Pazar Seçimi Üzerine Bir Araştırma**
DEMİRAG ÇAKICI E., YILMAZ K. G.
Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi, vol.4, no.9, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Hizmet İşletmelerinde Kurumsal İmaj Bileşenleri; Sağlık İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma (Corporate Image Components in Service Enterprises; A Research on Health Enterprises)**
YILMAZ K. G., SAYGIN E., TOLON M.
Journal of Business Research - Turk, vol.13, no.3, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **The Effect of Perceived Consumer Risks on Purchasing Behavior in Internet Shopping: Comparison of Turkey-Iran (İnternet Alışverişlerinde Algılanan Tüketici Risklerinin Online Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi: Türkiye-İran Karşılaştırması)**
KJAIL H., YILMAZ K. G.
Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.23, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Sosyal Medya Konulu Araştırmaların Bilim Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi**
akyıldız s., YILMAZ K. G.
Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi-International Journal of Society Researches, vol.16, no.28, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Logo Değişimlerinin Marka Bağlılığına Etkisi: Türkiye Converse ve Fanta Araştırması**
TOLON M., YILMAZ K. G., AYCI A.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.11, no.4, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Logo Değişimlerinin Marka Bağlılığına Etkisi: Türkiye Converse ve Fanta Araştırması (The Effects of Logo Changes on Brand Loyalty: A Research Converse and Fanta Brands in Turkey)**
TOLON M., YILMAZ K. G., AYCI A.
Journal of Business Research - Turk, vol.11, no.4, pp.2747-2761, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Sosyal Ağlar Üzerinden Yapılan Ticarete Tüketici Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma**
PINAR M., YILMAZ K. G., GÜNGÖRDÜ BELBAĞ A.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.11, no.2, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **X ve Y Kuşaklarının Marka Kişiliği Algılamalarının Karşılaştırılması: BİM Örneği**
BİLGİN M. D., YILMAZ K. G.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.11, no.3, 2019 (Peer-Reviewed Journal)

- XIV. **MAĞAZA ATMOSFERİNİN ALGILANAN HİZMET KALİTESİ ÜZERİNE ETKİSİ: BÜYÜK ÖLÇEKLİ MAĞAZA PERAKENDECİLİĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
YARIZ B. T., YILMAZ K. G., YUMUŞAK T.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.53, no.3, pp.906-921, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Abusing of Advertising Under Unfair Competition Regulations of Turkish Commercial Code Numbered 6102 and Its Reflections on the Marketing Practises**
SÖNMEZ M., YILMAZ K. G.
5th International Conference on Business and Economics Studies, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **POLİTİK PAZARLAMADA TUTUNDURMA FAALİYETLERİNİN ORTA SINIFTA YER ALAN SEÇMENİN KARAR VERME NOKTASINDAKİ DÜŞÜNME SÜRESİ ÜZERİNE ETKİSİ: ANKARA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**
KAYA F., YILMAZ K. G.
Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, no.45, pp.452-469, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **Sosyal Medyanın Satın Alma Öncesi ve Sonrası Tüketici Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
YANAR K., YILMAZ K. G.
Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.1, no.2, pp.24-40, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **The Effect of Market Orientation on Firm Innovation among Small and Medium Enterprises in Turkey**
YUMUŞAK T., Aycı A., YILMAZ K. G., GÜNGÖRDÜ A.
International Journal of Business and Social Science, vol.7, no.7, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **Uluslararası Ticaret ve Yatırım Teorisi Olarak Eklektik Paradigma Geçmişten Günümüze Bir Bakış**
GÜNGÖRDÜ A., YILMAZ K. G.
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.20, no.3, pp.1003-1020, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **Examining the Causal Relationships between Materialism Status Consumption and Life Satisfaction**
GÜNGÖRDÜ A., YILMAZ K. G., YUMUŞAK T.
Journal of Research in Business, Economics and Management, vol.5, no.5, pp.781-789, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **Perceptual Maps of Smart Phones with Multi Dimensional Scaling Analysis**
YUMUŞAK T., YILMAZ K. G., GÜNGÖRDÜ A.
International Journal of Research in Social Sciences, vol.6, no.5, pp.40-44, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXII. **Konaklama İşletmelerinde Dış Kaynak Kullanımı Ankara İlindeki Dört Ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama**
ZÖNGÜR G., YILMAZ K. G., GÜNGÖRDÜ A.
Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi, vol.18, no.1, pp.217-235, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIII. **Politik Pazarlama Karmasına Kavramsal ve Güncel Bir Bakış**
YILMAZ K. G.
İşletme Araştırmaları Dergisi- Journal of Business Research Turk, vol.8, no.1, pp.413-431, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIV. **The Relationship between the List of Values and Consumer Decision Making Styles in the Context of Clothing Products**
YILMAZ K. G., GÜNGÖRDÜ A., YUMUŞAK T.
Business Management Dynamics, vol.5, no.9, pp.1-14, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXV. **The Evaluation of Smartphone Brand Choice An Application with The Fuzzy Electre I Method**
BELBAĞ S., GÜNGÖRDÜ A., YUMUŞAK T., YILMAZ K. G.
International Journal of Business and Management Invention, vol.5, no.3, pp.55-63, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVI. **E-Commerce Adoption as a Predictor of the Perceived Strategic Value of E-Commerce among E-Commerce Adopter SMEs in Turkey**
YILMAZ K. G., GÜNGÖRDÜ A., AYCİ A., YUMUŞAK T.
International Journal of Managerial Studies and Research, vol.4, no.3, pp.35-43, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVII. **Prediction of Consumer Behavior Regarding Purchasing Remanufactured Products A Logistics Regression Model**
YILMAZ K. G., BELBAĞ S.
International Journal of Business and Social Research, vol.6, no.2, pp.1-10, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

- XXVIII. **Devlet Destekli İhracatı Geliştirme Programlarının Kobi lere Etkisi Uluslararası Rekabeti Geliştirme Projelerinin Değerlendirilmesi**
EROĞLU G., YILMAZ K. G.
Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi, vol.17, no.2, pp.137-169, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIX. **Akıllı Video Analiz Yazılımlarının İşletmelerin Pazarlama Stratejilerinde Kullanımı üzerine Bir Değerlendirme An Evaluation on the Usage of Intelligent Video Analysis Software for Marketing Strategies**
YILMAZ K. G., KARAMAN E., ÇINAR U.
İşletme Araştırmaları Dergisi / Journal Of Business Research-Turk, vol.5, no.4, pp.146-158, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XXX. **Akıllı Video Analiz Yazılımlarının İşletmelerin Pazarlama Stratejilerinde Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme**
YILMAZ K. G., KARAMAN E., ÇINAR U.
İşletme Araştırmaları Dergisi (Journal of Business Research – Turk), vol.5, no.4, pp.146-158, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXI. **Marka Şehir Olabilmenin Yeni Boyutu Kullanılabilirlik A New Dimension of City Brand Usability**
YILMAZ K. G., KARAMAN E., KARAMAN G.
Journal of Tourism and Gastronomy Studies, vol.1, no.4, pp.69-76, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXII. **A New Dimension of City Brand Usability**
YILMAZ K. G., KARAMAN E., KARAMAN G.
Journal of Tourism and Gastronomy Studies, vol.1, no.4, pp.69-76, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIII. **Marka Şehir Olabilmenin Yeni Boyutu: Kullanılabilirlik (A New Dimension of City Brand: Usability)**
YILMAZ K. G., KARAMAN E., KARAMAN G.
Journal of Tourism and Gastronomy Studies, pp.69-76, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIV. **Tüketicilerin Alışveriş Merkezlerindeki Perakendeci Karmasına Yönelik Beklentileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma**
YILMAZ K. G., KARAMAN E.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ, vol.16, no.3, pp.399-412, 2012 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Marka Şehir**
YILMAZ K. G.
Gazi Kitapevi, Ankara, 2017

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Pazarlama Bakış Açısı İle Slow Food Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi**
YILMAZ K. G., YUMUŞAK T.
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi 9. Bilim Günleri Kongresi, 9 - 11 May 2023
- II. **Gerçeklerle Yüzleşmeye Hazır Mısınız? Kırılma Noktası**
YUMUŞAK T., YILMAZ K. G., TOLON M.
23. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi, 26 - 28 September 2019
- III. **Bireylerin Güven Algısının Satın Alma Kararı Ve Kariyer Tercihi Üzerine Etkisi**
YILMAZ K. G., KOÇ H.
23. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi, 26 - 28 September 2019
- IV. **Şehir Sıralama Endekslerinin Arama Motoru Optimizasyonu Açısından Değerlendirilmesi**
ÖZMEN E., YILMAZ K. G., KARAMAN E.

23. International Turkish Cooperative Congress, Kiev, Ukraine, 26 - 28 September 2019
- V. **Marka şehirlerin mobil uygulamalarının kullanıcı perspektifi ile karşılaştırılması**
PINAR M., AKPINAR M. T., YILMAZ K. G.
III. Congress of International Applied Social Sciences, 4 - 06 April 2019
- VI. **Abusing of Advertising Under Unfair Competition Regulations of Turkish Commercial Code Numbered 6102 and Its Reflections on the Marketing Practises**
YILMAZ K. G., SÖNMEZ M.
5th International Conference on Business and Economics Studies, 10 - 12 August 2018
- VII. **Fikir Liderliği, Sosyal Kimlik, Ürün Temelli Yenilikçilik ve Tüketici Yenilikçiliği Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi**
GÜNGÖRDÜ A., YILMAZ K. G.
3rd International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS), Ankara, Turkey, 9 - 11 November 2017, vol.3, pp.30-35
- VIII. **Evaluation of ATMs from Human-Computer Interaction Perspective: A Customer-Oriented Design Proposal**
YILMAZ K. G., KARAMAN G., SAKIZCIOĞLU B., YOKER R. O., KARAMAN E.
4th Annual International Conference on Turkey and Turkish Studies, Atina, Greece, 19 - 22 June 2017
- IX. **ULUSAL KİMLİK KÜRESEL KİMLİK ve TÜKETİCİ KOZMOPOLİTANİZMİNİN YABANCI ÜRÜN SATINALMA İSTEKSİZLİĞİNE ETKİSİ**
GÜNGÖRDÜ A., YUMUŞAK T., YILMAZ K. G.
15. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Turkey, 26 - 28 May 2016, pp.715-724
- X. **Mediating Role of Information Systems in the Effect of Organizational Culture on Marketing Performance in Family Firms**
KARAMAN E., YILDIRIM F., YILMAZ K. G.
Global Forum: Informing Societies, Uniting Cultures, Celebrating Diversity, San-Antonio, Northern Mariana Islands, 16 - 19 April 2015, pp.462-475
- XI. **Unique Characteristics of the Middle Class in Turkey as an Emerging Country**
ÜNER M. M., YILMAZ K. G.
GSU-CIBER's 1st annual Middle Class Phenomenon in Emerging Markets, United States Of America, 26 - 28 September 2013
- XII. **Türkiye Süpermarket Süpermarket Zincirlerinin Envanter Planlamasında Kullandıkları Kurumsal Kaynak Planlaması ERP Yazılımları Üzerine Bir İnceleme**
BELBAĞ S., YILMAZ K. G.
12. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Muğla, Turkey, 2 - 04 May 2013
- XIII. **Türkiye de Süpermarket Zincirlerinin Envanter Planlamasında Kullandıkları Kurumsal Kaynak Planlaması ERP Yazılımları Üzerine Bir İnceleme**
BELBAĞ S., YILMAZ K. G.
12. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Turkey, 2 - 04 May 2013

Metrics

Publication: 49

H-Index (WoS): 1