

Prof. Dr. KADRİ GÖKHAN YILMAZ

Kişisel Bilgiler

E-posta: g.yilmaz@hbv.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-3702-1070

Yoksis Araştırmacı ID: 134086

Eğitim Bilgileri

Doktora, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 2009 - 2013

Yüksek Lisans, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), Türkiye 2007 - 2009

Lisans Çift Anadal, Gazi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Türkiye 2005 - 2007

Lisans, Gazi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2003 - 2007

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

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

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

Araştırma Alanları

Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2024 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2018 - 2024

Araştırma Görevlisi, Gazi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2009 - 2014

Verdiği Dersler

Dijital Pazarlama, Yüksek Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019
Hizmet Pazarlaması, Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018
Pazarlamaya Giriş, Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
İŞLETME POLİTİKASI VE STRATEJİLERİ, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014
Pazarlama Stratejileri, Lisans, 2018 - 2019
Satış Gücü Yönetimi, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2014 - 2015
Perakendecilik, Yüksek Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016
STRATEJİK PAZARLAMA PLANLAMASI, Yüksek Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016
İŞLETME BİLİMİNE GİRİŞ, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
PAZARLAMA YÖNETİMİ, Lisans, 2015 - 2016, 2014 - 2015
PAZARLAMA PLANLAMASI, Lisans, 2013 - 2014

Yönetilen Tezler

YILMAZ K. G., BAŞ M., TÜKETİCİLERİN SOSYAL MEDYADA MARKA TAKİPÇİLİĞİNE YÖNELİK AMPİRİK BİR ÇALIŞMA: ANKARA İLİ ÖRNEĞİ, Yüksek Lisans, A.ŞAP(Öğrenci), 2022
YILMAZ K. G., Uluslararası pazarlarda hedef pazar seçimi üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, E.DEMİRAĞ(Öğrenci), 2021
YILMAZ K. G., M Jenerasyonu Kadın Tüketicilerin Hazır Giyim Sektöründeki Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi, Yüksek Lisans, M.CANSU(Öğrenci), 2020
YILMAZ K. G., Kuşakların Yeme-İçme Alışkanlıklarının Değişiminde Sosyal Medyanın Rolü:Instagram Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans, K.GÖZDE(Öğrenci), 2020
YILMAZ K. G., Sosyal medyanın tüketici satın alma karar sürecine etkisi: Kozmetik sektöründe kuşaklar arası farklılıklar üzerine bir araştırma, Doktora, S.AKYILDIZ(Öğrenci), 2020
YILMAZ K. G., Mağaza atmosferinin, mağaza imajına ve müşteri sadakatine etkisi: Kahve zincirlerinde bir uygulama, Yüksek Lisans, Z.AVCI(Öğrenci), 2019
YILMAZ K. G., Online alışveriş sitelerindeki algılanan e-hizmet kalitesinin e-müşteri memnuniyeti üzerine etkisi: (Y-jenerasyonu üzerine bir araştırma), Yüksek Lisans, M.KARIMI(Öğrenci), 2019
YILMAZ K. G., Mağaza atmosferinin algılanan hizmet kalitesine etkisi: bir araştırma, Yüksek Lisans, B.TUĞBA(Öğrenci), 2019
YILMAZ K. G., Özel okul öncesi eğitim kurumlarında hizmet kalitesinin servqual yöntemi kullanılarak ölçülmesi: Ankara ili örneği, Yüksek Lisans, S.ERİŞKİN(Öğrenci), 2019
YILMAZ K. G., İnternet alışverişlerinde algılanan tüketici risklerinin online satın alma davranışı üzerine etkisi: Türkiye-İran karşılaştırması, Yüksek Lisans, K.HALILI(Öğrenci), 2019
YILMAZ K. G., X ve Y kuşaklarının marka kişiliği algılamalarının karşılaştırılması: Bir araştırma, Yüksek Lisans, M.DUYGU(Öğrenci), 2019
YILMAZ K. G., Sosyal ağlar üzerinden yapılan ticarette tüketici satın alma niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Instagram kullanıcıları üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, M.PINAR(Öğrenci), 2018
YILMAZ K. G., Politik pazarlamada tutundurma faaliyetlerinin orta sınıfta yer alan seçmenlerin karar verme noktasındaki düşünceleri üzerine etkisi: Ankara ilinde bir araştırma, Yüksek Lisans, F.KAYA(Öğrenci), 2017
YILMAZ K. G., Sosyal medyanın satın alma öncesi ve sonrası tüketici davranışına etkisi, Yüksek Lisans, K.YANAR(Öğrenci), 2017
YILMAZ K. G., Konaklama işletmelerinde dış kaynak kullanımı (outsourcing) ve Ankara ilindeki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama örneği, Yüksek Lisans, G.ZÖNGÜR(Öğrenci), 2015
YILMAZ K. G., Devlet destekli ihracatı geliştirme programlarının KOBİ'lere etkisi: Uluslararası rekabeti geliştirme projelerinin değerlendirilmesi, Yüksek Lisans, G.EROĞLU(Öğrenci), 2015
YILMAZ K. G., Marka yaratma süreci ve Yenipazar ilçesi için bir model önerisi, Yüksek Lisans, M.YÜSRAN(Öğrenci), 2015

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.15, ss.1425-1440, 2023 (Hakemli Dergi)
- IV. **Fiyat İndirimlerinde Kırılma Noktası ve Tüketici Davranışlarına Etkisinin Analizi**
YUMUŞAK T., TOLON M., YILMAZ K. G., GÜL İ.
Alanya Akademik Bakış, cilt.6, sa.2, ss.2499-2510, 2022 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.1, 2022 (Hakemli Dergi)
- VI. **Uluslararası Pazarlarda Hedef Pazar Seçimi Üzerine Bir Araştırma**
DEMİR AĞ ÇAKICI E., YILMAZ K. G.
Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.4, sa.9, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.13, sa.3, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.23, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.16, sa.28, 2020 (Hakemli Dergi)
- X. **Logo Değişimlerinin Marka Bağlılığına Etkisi: Türkiye Converse ve Fanta Araştırması**
TOLON M., YILMAZ K. G., AYCI A.
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.11, sa.4, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.11, sa.4, ss.2747-2761, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.11, sa.2, 2019 (Hakemli Dergi)
- XIII. **X ve Y Kuşaklarının Marka Kişiliği Algılamalarının Karşılaştırılması: BİM Örneği**
BİLGİN M. D., YILMAZ K. G.
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.11, sa.3, 2019 (Hakemli Dergi)

- 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, cilt.53, sa.3, ss.906-921, 2018 (Hakemli Dergi)
- 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 (Hakemli Dergi)
- 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, sa.45, ss.452-469, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.1, sa.2, ss.24-40, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.7, sa.7, 2016 (Hakemli Dergi)
- XIX. **Uluslararası Ticaret ve Yatırım Teorisi Olarak Eklektik Paradigma Geçmişten Günümüze Bir Bakış**
GÜNGÖRDÜ A., YILMAZ K. G.
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.20, sa.3, ss.1003-1020, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.5, sa.5, ss.781-789, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.6, sa.5, ss.40-44, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.18, sa.1, ss.217-235, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **Politik Pazarlama Karmasına Kavramsal ve Güncel Bir Bakış**
YILMAZ K. G.
İşletme Araştırmaları Dergisi- Journal of Business Research Turk, cilt.8, sa.1, ss.413-431, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.5, sa.9, ss.1-14, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.5, sa.3, ss.55-63, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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., AYCI A., YUMUŞAK T.
International Journal of Managerial Studies and Research, cilt.4, sa.3, ss.35-43, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.6, sa.2, ss.1-10, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXVIII. **Devlet Destekli İhracatı Geliştirme Programlarının Kobi lere Etkisi Uluslararası Rekabeti Geliştirme Projelerinin Değerlendirilmesi**

EROĞLU G., YILMAZ K. G.

Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.17, sa.2, ss.137-169, 2015 (Hakemli Dergi)

- 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, cilt.5, sa.4, ss.146-158, 2013 (Hakemli Dergi)

- 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), cilt.5, sa.4, ss.146-158, 2013 (Hakemli Dergi)

- 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, cilt.1, sa.4, ss.69-76, 2013 (Hakemli Dergi)

- XXXII. **A New Dimension of City Brand Usability**

YILMAZ K. G., KARAMAN E., KARAMAN G.

Journal of Tourism and Gastronomy Studies, cilt.1, sa.4, ss.69-76, 2013 (Hakemli Dergi)

- 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, ss.69-76, 2013 (Hakemli Dergi)

- XXXIV. **Tüketicilerin Alışveriş Merkezlerindeki Perakendeci Karmasına Yönelik Beklentileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma**

YILMAZ K. G., KARAMAN E.

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ, cilt.16, sa.3, ss.399-412, 2012 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Marka Şehir**

YILMAZ K. G.

Gazi Kitapevi, Ankara, 2017

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- 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 Mayıs 2023

- II. **Gerçeklerle Yüzleşmeye Hazır Mısınız? Kırılma Noktası**

YUMUŞAK T., YILMAZ K. G., TOLON M.

23. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi, 26 - 28 Eylül 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 Eylül 2019

- IV. **Şehir Sıralama Endekslerinin Arama Motoru Optimizasyonu Açısından Değerlendirilmesi**

ÖZMEN E., YILMAZ K. G., KARAMAN E.

23. International Turkish Cooperative Congress, Kiev, Ukrayna, 26 - 28 Eylül 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 Nisan 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 Ağustos 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, Türkiye, 9 - 11 Kasım 2017, cilt3, ss.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, Yunanistan, 19 - 22 Haziran 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, Türkiye, 26 - 28 Mayıs 2016, ss.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, Kuzey Mariana Adaları, 16 - 19 Nisan 2015, ss.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, Amerika Birleşik Devletleri, 26 - 28 Eylül 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, Türkiye, 2 - 04 Mayıs 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, Türkiye, 2 - 04 Mayıs 2013

Metrikler

Yayın: 49

H-İndeks (WoS): 1