

## Prof. MEHMET BAŞ

### Personal Information

**Email:** mehmet.bas@hbv.edu.tr

**Web:** <https://avesis.hacibayram.edu.tr/mehmet.bas>

### International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-5443-7617

Yoksis Researcher ID: 133628

### Education Information

Doctorate, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 1998 - 2004

Postgraduate, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), Turkey 1995 - 1998

Undergraduate, Gazi University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 1991 - 1995

### Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

### Dissertations

Doctorate, Türk otomobil sektöründe ürün konumlandırma ve Ankara ili uygulaması, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2004

Postgraduate, Departmanlı mağazalarda uygulanan tutundurma çabaları ve alan araştırması, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), 1990

### Academic Titles / Tasks

Professor, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business, 2020 - Continues

Associate Professor, Gazi University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - Continues

Assistant Professor, Gazi University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2007 - 2012

Lecturer, Gazi University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2004 - 2007

Research Assistant, Gazi University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 1996 - 2004

### Courses

PAZARLAMAYA GİRİŞ, Undergraduate, 2014 - 2015, 2011 - 2012, 2009 - 2010, 2008 - 2009

PAZARLAMA YÖNETİMİ, Undergraduate, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2011 - 2012

ÜRÜN VE MARKA YÖNETİMİ, Postgraduate, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2008 - 2009

SEMİNER, Postgraduate, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2010 - 2011

PAZARLAMA ARAŞTIRMASI, Postgraduate, 2014 - 2015, 2012 - 2013, 2011 - 2012

İŞLETME POLİTİKASI VE STRATEJİLERİ, Undergraduate, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2011 - 2012, 2010 - 2011  
İŞLETME BİLİMİNE GİRİŞ II, Undergraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2009 - 2010  
PAZARLAMA YÖNETİMİ, Postgraduate, 2012 - 2013, 2009 - 2010  
PAZARLAMA ARAŞTIRMASI, Undergraduate, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2008 - 2009

## Advising Theses

YILMAZ K. G., BAŞ M., TÜKETİCİLERİN SOSYAL MEDYADA MARKA TAKİPÇİLİĞİNE YÖNELİK AMPİRİK BİR ÇALIŞMA: ANKARA İLİ ÖRNEĞİ, Postgraduate, A.ŞAP(Student), 2022  
BAŞ M., Kuşaklara göre hizmet beklentilerinin farklılaşması: Konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma, Doctorate, S.ALTIN(Student), 2021  
BAŞ M., Müşteri sadakati oluşturmada demografik, coğrafi, psikografik ve davranışsal segmentasyon: Elektronik ticaret sektöründe bir araştırma, Postgraduate, A.ERDEM(Student), 2021  
BAŞ M., Otomobil donanımlarının satın alma tercihi üzerine etkisi: Türkiye uygulaması, Postgraduate, Y.ERDEM(Student), 2021  
BAŞ M., Kurumsal itibar algısının örgütsel bağlılığa etkisi: Bir özel güvenlik şirketi uygulaması, Postgraduate, O.ELÜSTÜN(Student), 2021  
BAŞ M., Bankaların finansal marka değerleri ile marka denkliği unsurları arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Ankara ilinde bir uygulama, Postgraduate, A.YÜKSEL(Student), 2021  
BAŞ M., BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARIN YATIRIM KARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ANALİZİ, Postgraduate, N.ARSLAN(Student), 2021  
BAŞ M., Yazılım dünyasının paylaşım ekonomisine etkisi Martı örneği, Postgraduate, B.ÖZTÜRK(Student), 2021  
BAŞ M., Sanal tur kullanımına yönelik davranışsal niyeti etkileyen faktörlerin Teknoloji Kabul Modeliyle incelenmesi, Doctorate, G.AKSOY(Student), 2020  
BAŞ M., Marka kişiliği unsurlarından marka cinsiyeti ve Ankara ilinde bir uygulama, Postgraduate, S.İSSİSU(Student), 2020  
BAŞ M., Reklam yönetim süreci etkinliğinin marka imajına etkisi: Mavi Jeans örneği, Postgraduate, B.KIR(Student), 2020  
BAŞ M., Sosyal medya pazarlamasının tüketici davranışı ve satın alma üzerindeki etkisi, Postgraduate, N.GÜL(Student), 2020  
BAŞ M., Elektronik spor Faaliyetlerinde Sponsorluğun Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi: League Of Legends Örneği, Postgraduate, A.YILDIRIM(Student), 2020  
BAŞ M., Savunma sektöründe marka kişiliği algısı üzerine bir araştırma: ROKETSAN, ASELSAN, TUSAŞ ve HAVELSAN örneği, Postgraduate, İ.DURAL(Student), 2020  
BAŞ M., Reklam müziklerinin marka farkındalığına etkisi, Postgraduate, S.BOSTANCI(Student), 2019  
BAŞ M., Tüketicilerin marka kişiliği algılamaları hava yolu taşımacılığı sektörü üzerine bir uygulama, Postgraduate, Ş.OK(Student), 2019  
BAŞ M., KOBİ'lerin pazarlama sorunları ve pazarlama eğitim ihtiyaçlarının tespiti (Ankara İli Ostim Sanayi Sitesinde tanımlayıcı bir araştırma), Postgraduate, T.ERDEM(Student), 2019  
BAŞ M., Toplumsal pazarlama kavramı ve ölçek geliştirme çalışması: Turizm sektörü uygulaması, Doctorate, T.ÜNER(Student), 2019  
BAŞ M., Telekomünikasyon sektöründe reklam ve marka ilişkisi: Türk Telekom A.Ş. üzerinde bir araştırma, Postgraduate, G.TANER(Student), 2019  
BAŞ M., Milliyetçi Hareket Partisi stratejik pazarlama planlaması, Postgraduate, B.KURT(Student), 2019  
BAŞ M., Bütünleşik pazarlama iletişimde spor sponsorluğu ve tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisi, Doctorate, İ.ERDOĞAN(Student), 2018  
BAŞ M., Marka değerinin belirlenmesinde bir internet projesi: benimarkam.org, Postgraduate, Ö.ARDİL(Student), 2018  
BAŞ M., Factors Impacting Real Estate Purchasing: An Application in Ankara, Postgraduate, M.LİKOS(Student), 2018  
BAŞ M., Marka imajı oluşturmada sürdürülebilirlik ve çevre politikalarının rolü ve müşteri davranışına etkisi, Postgraduate, M.EŞME(Student), 2018  
BAŞ M., Elektronik müşteri ilişkileri uygulamalarının algılanan ilişki kalitesi ve müşteri sadakati üzerine etkisi: Havayolu

sektöründe bir araştırma, Doctorate, A.SÖKMEN(Student), 2018

BAŞ M., Elektronik ağızdan ağıza pazarlamanın tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkileri, Postgraduate, Y.KASAP(Student), 2018

BAŞ M., Marka cinsiyeti ve kozmetik sektörüne yönelik bir uygulama, Postgraduate, G.MERTER(Student), 2017

BAŞ M., E-perakendeciliğin tüketici satın alma kararlarına etkisi, Postgraduate, M.KANOĞLU(Student), 2017

BAŞ M., Tüketici davranışı kapsamında marka aşkı kavramı ve Starbucks örneği, Postgraduate, M.NALBANT(Student), 2017

BAŞ M., Yeşil satın alma davranışını etkileyen faktörlerin incelenmesi: Çevresel kaygılar, toplumsallık duygusu ve öz imaj kavramları kapsamında bir uygulama, Postgraduate, F.MOHAMMED(Student), 2016

BAŞ M., Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkisi üzerine ampirik bir uygulama, Postgraduate, S.KESKİN(Student), 2016

BAŞ M., Sosyal medya akımıyla gelişen viral pazarlama ve Ice Bucket Challenge Viral kampanyasına yönelik bir araştırma, Postgraduate, G.SAMSUNLU(Student), 2016

BAŞ M., Müşteri şikayetlerinin veri madenciliği algoritmalarıyla incelenmesi ve üretim yapan bir kamu kuruluşunda uygulama, Postgraduate, M.ÖZER(Student), 2016

BAŞ M., İnternet güvenliğinin internetten alışveriş yapma davranışına etkisi: "Ampirik bir uygulama", Postgraduate, E.DEMİREZ(Student), 2016

BAŞ M., Türkiye'de faaliyet gösteren GSM operatörlerinin marka kişiliklerinin karşılaştırılması üzerine ampirik bir çalışma, Postgraduate, S.AKSOY(Student), 2016

BAŞ M., Türkiye'de tütün sektöründe çalışanların endüstrinin "sosyal pazarlama" faaliyetlerini algısı: İzmir ilinde bir uygulama, Postgraduate, N.MOSKEVICH(Student), 2015

BAŞ M., Ülke imajı ve marka imajı etkilerinin satın alma kararları üzerindeki etkileri, Postgraduate, S.KALAYCI(Student), 2014

BAŞ M., Yabancı marka isimlerinin tüketici satın alma davranışları üzerine etkisi: Teknolojik ürünler üzerine bir araştırma, Postgraduate, Ş.ŞAHİN(Student), 2013

BAŞ M., Uygulama otellerinde konaklayan müşterilerin memnuniyetleri üzerine bir araştırma, Postgraduate, D.AKSOY(Student), 2013

BAŞ M., Türkiye'de faaliyet gösteren GSM operatörlerinin hizmet kalitesi bakımından karşılaştırılması ve uygulanan rekabet stratejileri, Postgraduate, A.BERCESTE(Student), 2013

BAŞ M., Hizmet kalitesinin SERVQUAL yöntemi ile ölçülmesi ve perakende sektöründe bir uygulama, Postgraduate, S.MURAT(Student), 2013

BAŞ M., Türk sinemasının pazarlama faaliyetleri, Postgraduate, C.KAPLAN(Student), 2013

BAŞ M., İnternet pazarlamasında müşteri memnuniyeti: Günün fırsatları üzerine bir uygulama, Postgraduate, F.YALÇIN(Student), 2012

BAŞ M., Marka değeri unsurlarından marka bağımlılığı ve GSM sektöründe tüketiciler üzerinde bir araştırma, Postgraduate, İ.GÜLBAHAR(Student), 2011

BAŞ M., Tutundurmanın yükselen yıldızı: Sponsorluk ve spor sponsorluğu üzerine bir araştırma, Postgraduate, K.TAŞYÜREK(Student), 2009

BAŞ M., Ankara Mevki Asker Hastanesi Ağız Sağlığı ve Diş Tedavi Merkezi'nde hasta memnuniyeti, Postgraduate, F.GÖZDEN(Student), 2009

## Articles Published in Other Journals

- I. **YÖNETİCİLERİN KARAR VERME TARZLARI İLE KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ETKİLEŞİMİ: TARSUS İLÇE MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ**  
BAŞ M., saklı m.  
SES INTERNATIONAL JOURNAL OF EDUCATION SCIENCE, vol.3, no.1, pp.1-26, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Lokasyon Bazlı Reklamların Tüketici Tutumları ve Satınalma Niyetleri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi**  
TEKİN B., BAŞ M.

- İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.15, no.1, pp.215-230, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Vegan Kimliğin Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarına Etkisi**  
BAŞBOZKURT N., BAŞ M.  
FISCAOECONOMIA, vol.7, no.1, pp.161-178, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **TÜRKİYE'DE İŞGÜCÜ PİYASALARINDA GÖÇ OLGUSUNUN MİKRO EKONOMİK ANALİZİ**  
DİKMEN F. H., BAŞAR D., BAŞ M.  
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.57, no.4, pp.3097-3108, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Çalışanların İş Yerlerindeki Çevreci Davranışları İle Yeşil İş Yeri İklimi Algıları İlişkisinde Algılanan Tüketici Etkinliğinin Düzenleyiciliği**  
BAŞ M., KOÇAK E.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.14, no.1, pp.433-448, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **TURKEY'S BRAND VALUE AND COUNTRY IMAGE IN THE EYES OF AZERBAIJAN BEFORE AND AFTER THE RECENT AZERBAIJAN ARMENIA WAR**  
GÖKTAŞ B., ERDOĞAN TARAKÇI İ., BAŞ M.  
İŞLETME EKONOMİ VE YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ, vol.5, no.1, pp.46-59, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Destinasyon Pazarlamasında Sanal Tur Kullanımına Yönelik Davranışsal Niyeti Etkileyen Faktörlerin Teknoloji Kabul Modeliyle İncelenmesi**  
BAŞ M., AKSOY G.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.13, no.4, pp.2945-2961, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Relation Between Social Media Performance and Brand Image in Digital Branding Process: Netflix Turkey**  
BAŞ M., OK Ş.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.13, no.4, pp.3858-3875, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **MARKA YÖNETİMİ İLE İLGİLİ YAZILAN ULUSAL LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ**  
BAŞ M., AKSOY G.  
ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ, vol.7, no.1, pp.193-207, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Hizmet Beklentilerinin Kuşaksal Pazarlama Bağlamında Farklılaşması: Konaklama Sektörü Üzerine Bir Araştırma**  
ALTIN S., BAŞ M.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.12, no.4, pp.4380-4395, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Dijital Turizm Kapsamında Şehir Tanıtımında Kullanılan Bir Araç Olarak Sanal Tur**  
AKSOY G., BAŞ M.  
Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, vol.4, no.3, pp.2542-2564, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI: AMAÇLAR VE MOTİVASYONLAR**  
ERDOĞAN TARAKÇI İ., BAŞ M.  
Euroasia Journal of Social Sciences Humanities, vol.7, pp.167-179, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Elektronik Müşteri İlişkileri Uygulamalarının Algılanan İlişki Kalitesi ve Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi: Havayolu Sektöründe Bir Araştırma**  
SÖKMEN A., BAŞ M.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.11, no.1, pp.641-652, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **Post Truth Medya ve Tüketici Davranışlarına Etkisi : Genç Yetişkinler Üzerine Keşifsel Bir Araştırma**  
ERDOĞAN TARAKÇI İ., BAŞ M.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.10, no.4, pp.1110-1122, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **When "Stuck in the Middle" is Not a Danger?**  
ERDOĞAN TARAKÇI İ., BAŞ M.  
İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, vol.9, no.2, pp.50-63, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **Marka Değerini Hirose Yöntemi İle Hesaplayan İnternet Tabanlı Uygulama Geliştirilmesi**  
BAŞ M., ardil ö.  
Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.2, no.6, pp.1-18, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **Carroll'ın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli Kullanılarak Geliştirilen Toplumsal Pazarlama Ölçeği**

## Çalışması

ÜNER T., BAŞ M.

İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.10, no.4, pp.304-332, 2018 (Peer-Reviewed Journal)

- XVIII. **Bütünleşik Pazarlama İletişiminde Spor Sponsorluğu ve Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi**  
Tarakçı İ., BAŞ M.  
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.1, no.53, pp.291-325, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE SPOR SPONSORLUĞU VE TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**  
ERDOĞAN TARAKÇI İ., BAŞ M.  
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.53, no.1, pp.291-326, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **Post-Truth Medya ve Tüketici Davranışlarına Etkisi: "Genç Yetişkinler" Üzerine Keşifsel Bir Araştırma**  
tarakçı i. e., BAŞ M.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.10, no.4, pp.1110-1122, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **MARKA, MARKA DEĞERİ VE DEĞERLEME YÖNTEMLERİ: INTERBRAND İLE BRAND FİNANCE YÖNTEMLERİ VE 2017 EN DEĞERLİ DÜNYA MARKA SIRALAMALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**  
BAŞ M., Taşçı H.  
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.3, no.53, pp.710-723, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XXII. **Kültürün Futbol Taraftarlarının Davranışına Etkisi İskoçya - Türkiye Karşılaştırma Örneği**  
BAŞ M., GÖRAL S.  
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.2, no.53, pp.346-368, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIII. **Türkiyedeki Orta Sınıf Tüketim Alışkanlıklarının Özellikleri**  
YILDIZ O., BAŞ M.  
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.52, no.1, pp.150-179, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIV. **Türkiye'xxdeki Orta Sınıf Tüketim Alışkanlıklarının Özellikleri**  
YILDIZ O., BAŞ M.  
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.52, no.1, pp.150-179, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XXV. **ÇEVRE VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK POLİTİKALARININ MARKA İMAJI VEMÜŞTERİ ALGISINA ETKİSİ**  
EŞME M., BAŞ M.  
Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.4, no.11, pp.511-523, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVI. **Tüketicilerin Perakende Markalarına Bakışı : Kooperatif Marka Örneği**  
BAŞ M., GÖRAL S.  
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.52, pp.492-512, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVII. **The Effect of Astrology on Women s Buying Behaviour**  
BAŞ M., kubilay Y.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.8, no.3, pp.283-303, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVIII. **Viral Marketing Developing with Social Media Streams and Reserach about Ice Bucket Cahallenge Viral Camping**  
Samsunlu G., BAŞ M.  
İnternet Uygulamaları ve Yönetimi dergisi, vol.7, no.1, pp.45-55, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIX. **Türkiye' de Faaliyet Gösteren GSM Operatörlerinin Marka Kişiliklerinin Karşılaştırılması Üzerine Ampirik Bir Çalışma**  
AKSOY S., BAŞ M.  
GAZİ İİBF DERGİSİ, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXX. **Sosyal Mesyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi**  
keskin s., BAŞ M.  
Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.17, no.3, pp.51-69, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXI. **Starbucks Coffee Tüketicilerinin Demografik Özelliklerinden Biri Olan Cinsiyete Göre Hedonik Tüketim Nedenlerinden Etkilenme Tutumlarının Belirlenmesi**  
BAŞ M., SAMSUNLU G.  
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, vol.17, no.1, 2015 (Peer-Reviewed Journal)

- XXXII. **Butik Zeytin Yağı Üretimi Yapan İşletmelerde Stratejik Marka Yönetimi**  
BAŞ M., YAMAN E. N.  
3. Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, vol.50, no.2, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIII. **Ülke İmajı ve Marka İmajı Etkilerinin Satın Alma Kararları Üzerindeki Etkileri**  
SEDA K., BAŞ M.  
3. Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, vol.50, no.1, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIV. **Marka Cinsiyeti ve Bir Uygulama**  
BAŞ M., MERTER G.  
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, vol.16, no.3, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXV. **Yabancı Marka İsimlerinin İnternet Tüketicisinin Satın Alma Davranışları Üzerine Etkisi Teknolojik Ürünler Üzerine Bir Araştırma**  
BAŞ M., ŞAHİN Ş.  
İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, no.4, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXVI. **Türkiye de Faaliyet Gösteren GSM Operatörlerinin Hizmet Kalitesi Bakımından Karşılaştırılması ve Uygulanan Rekabet Stratejileri**  
BAŞ M., BERCESTE M. A.  
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXVII. **Elektronik Ticarete Müşteri Memnuniyeti Fırsat Siteleri Üzerine Bir Araştırma**  
BAŞ M., YALÇIN F.  
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, vol.14, no.3, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXVIII. **Spor Sponsorluğu ve Spor Federasyonlarının Sponsorluğa Bakışı Üzerine Bir Araştırma**  
BAŞ M.  
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, vol.10, no.3, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIX. **Ankara daki Organize Alışveriş Merkezi Müşterilerinin Tercihleri ve Beklentileri Üzerine Ampirik Bir Çalışma**  
BAŞ M.  
Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi, vol.43, no.2, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- XL. **Marka Bilgisi Sürecinde Marka Farkındalığı ve Algılanan Kalite Beklenti İlişkisi ve GSM Sektörüne Yönelik Bir Analiz**  
BAŞ M., AKTEPE C., DAYAN S., PEKDEMİR S., Nguyen T.  
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, vol.10, no.3, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- XLI. **Türkiye de Yerel Yönetimler ve Turizm**  
BAŞ M., KILIÇ B., GÜÇER E.  
Mevzuat Dergisi, no.119, pp.1-14, 2007 (Peer-Reviewed Journal)
- XLII. **Pazarlama Araştırmalarında Kullanılan Ölçeklere İlişkin Bir Değerlendirme Türkiye Örneği 2002 2005**  
BAŞ M.  
Verimlilik Dergisi, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XLIII. **Marka Bağımlılığı ve Gazlı İçecek Sektöründe Ampirik Bir Uygulama**  
BAŞ M., ATAN M.  
Milli Produktivite Merkezi Verimlilik Dergisi, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XLIV. **Ürün Konumlandırma Görsel Bir Araç Algılama Haritaları ve Çikolatalı Gofret Sektöründe Bir Uygulama**  
TOLON M., BAŞ M., KOÇAK A., KALYONCUOĞLU S.  
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, vol.8, no.2, pp.103-115, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XLV. **Marka Bağımlılığı ve Gazlı İçecek Sektöründe Ampirik Uygulama**  
Baş M., Atan M.  
Verimlilik Dergisi, no.3, pp.99-124, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XLVI. **Servqual Analizi ile Migros ve Gima Süpermarketlerde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Alan Çalışması**  
Baş M., Atan M., Tolon M.

- Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.7, no.2, pp.159-180, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XLVII. **Servqual Analizi ve Migros ve Gima Süpermarketlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Alan Çalışması**  
BAŞ M., ATAN M., TOLON M.  
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, vol.7, no.2, 2005 (Peer-Reviewed Journal)
- XLVIII. **Kısıtlar Teorisi Felsefesi ve Uygulamasının İncelenmesi**  
BAŞ M., MAMUR İŞİKÇİ Y., YİĞİTBAŞ Ç., YILMAZ S.  
Kooperatifçilik Dergisi, no.144, 2004 (Peer-Reviewed Journal)
- XLIX. **Rekabeti Etkileyen Faktörlerden Pazar Yoğunlaşması ve Türkiye deki Bazı Sektörlerin Yoğunlaşma Derecesi**  
BAŞ M.  
Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, no.2, 2004 (Peer-Reviewed Journal)
- L. **Ürün Güvenliği ve Algılanan Ürün Güvenliğini Etkileyen Ürün İle İlişkili Faktörler**  
BAŞ M., DİLİK E.  
Kooperatifçilik Dergisi, no.143, 2004 (Peer-Reviewed Journal)
- LI. **Departmanlı Mağazaların Tarihi Gelişimi ve Önemi**  
BAŞ M.  
Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2003 (Peer-Reviewed Journal)
- LII. **Pazarlamada Yeni Bir Yaklaşım Yeşil Pazarlama**  
BAŞ M., KALYONCUOĞLU S.  
Kooperatifçilik Dergisi, no.141, 2003 (Peer-Reviewed Journal)
- LIII. **Algılama Haritaları Yardımıyla C Sınıfı Yabancı Otomobiller Üzerine Ampirik Bir Araştırma**  
BAŞ M.  
Kooperatifçilik Dergisi, no.140, 2003 (Peer-Reviewed Journal)
- LIV. **Politik Pazarlama**  
PARILTI N., BAŞ M.  
Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, vol.6, no.2, 2002 (Peer-Reviewed Journal)

## Books & Book Chapters

- I. **Sağlık Sektöründe Dijital Girişimcilik**  
ALTIN S., BAŞ M.  
in: Sağlık Girişimciliği, Prof. Dr. Aykut Ekiyor, Prof. Dr. Yeter Demir Uslu, Editor, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, pp.245-258, 2023
- II. **TÜRKİYE'DE LÜKS MARKA**  
DEMİRAĞ S., BAŞ M.  
in: TEORİDEN PRATIĞE DİJİTAL İŞLETMECİLİK, MEHMET BAŞ, İNCİ ERDOĞAN TARAKÇI, Editor, EFE YAYINEVİ, İstanbul, pp.127-139, 2023
- III. **DİJİTAL PAZARLAMA**  
BAŞ M., KAVASOĞLU B.  
in: TEORİDEN PRATIĞE DİJİTAL İŞLETMECİLİK, MEHMET BAŞ, İNCİ ERDOĞAN TARAKÇI, Editor, EFE YAYINEVİ, İstanbul, pp.5-51, 2023
- IV. **NÖROPAZARLAMA UYGULAMALARI AÇISINDAN DİJİTALDE FARKLI BİR BAKIŞ: KELİMELERİN ETKİSİ**  
DEMİRAĞ S., BAŞ M.  
in: TEORİDEN PRATIĞE DİJİTAL İŞLETMECİLİK, MEHMET BAŞ, İNCİ ERDOĞAN TARAKÇI, Editor, EFE YAYINEVİ, İstanbul, pp.139-161, 2023
- V. **İlişki Kalitesi ve Elektronik Müşteri İlişkileri Yönetimi**  
SÖKMEN A., BAŞ M.  
in: Sosyal Bilimlerde Güncel Tartışmalar 10, Zeynel KARACA, Editor, Bilgin Kültür Sanat Yayınları, Ankara, pp.1453-1473, 2022

- VI. **FINANCIAL BRAND VALUE VS MARKETING BRAND EQUITY**  
BAŞ M., ERDOĞAN TARAKÇI İ., GÖKTAŞ B.  
in: Muhasebe ve Finans Alanında Bilimsel Çalışmalar, TARAKÇI ERDOĞAN İNCİ, GÖKTAŞ BORA, Editor, EFE YAYINEVİ, İstanbul, pp.119-145, 2021
- VII. **BANKACILIK SEKTÖRÜNDEÇALIŞANLARIN YATIRIM KARARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ANALİZİ**  
BAŞ M., ARSLAN N.  
in: BANKACILIK VE FİNANS ALANINDA GÜNCEL YÖNELİMLER, SÜMER GÖKHAN, Editor, EFE YAYINEVİ, İstanbul, pp.35-74, 2021
- VIII. **REKLAMIN BİREYLERİN SATIN ALMA DAVRANIŞIÜZERİNE ETKİSİ**  
Doğan Karapınar B., BAŞ M.  
in: İŞLETME DISİPLİNİ ÜZERİNEGÜNCEL ÇALIŞMALAR, Bora GÖKTAS, İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Editor, İKSAD Publishing House, Ankara, pp.47-72, 2019
- IX. **TÜKETİCİLERİN YERLİ MALİ ÜRÜNLER HAKKINDAKİALGILARININ SATIN ALMA NİYETLERİNE ETKİLERİ**  
ZENGİN B., BAŞ M.  
in: İŞLETME DİSİPLİNİ ÜZERİNE GÜNCEL ÇALIŞMALAR, Bora GÖKTAŞ, İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Editor, İksad publishing house, Ankara, pp.101-120, 2019
- X. **YAŞAM DOYUMU VE HEDONİK TÜKETİM İLİŞKİSİÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA**  
ERDOĞAN TARAKÇI İ., BAŞ M.  
in: DİSİPLİNLER ARASI İKTİSAT VE İŞLETME ARAŞTIRMALARI, Prof. Dr. Salih ÖZTÜRK, Editor, İKSAD PUBLISHING, Ankara, pp.145-167, 2019
- XI. **RETRO PAZARLAMANIN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SATIN ALMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNE ETKİSİ**  
Öztürk M. C., ERDOĞAN TARAKÇI İ., BAŞ M.  
in: Güncel Pazarlama Çalışmaları, Dr. Öğr. Üyesi Bora Göktaş, Editor, İmaj Yayınevi, Bayburt, pp.43-85, 2019
- XII. **Kararlarınız Size Mi Ait? Gerilla Pazarlamanın En Popüler Uygulaması : Karanlık Pazarlama**  
Dokanak Z. H., BAŞ M.  
in: Güncel Pazarlama Çalışmaları, Bora Göktaş, Editor, İmaj Yayınevi, pp.141-199, 2019
- XIII. **Karlılığın Makroekonomik Değişkenler ve Finansal Oranlar İle İlişkisi**  
KUZUCU S. C., BAŞ M.  
in: Sosyal Bilimlerde Disiplinlerarası Çalışmalar, Dr.Öğr.Üyesi İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Dr.Öğr.Üyesi Bora GÖKTAŞ, Editor, İmaj Yayınevi, Ankara, pp.1-20, 2019
- XIV. **Sanal Paraların Bilinirliği ve Satın Alma Kararları Üzerine Etkisi**  
KUZUCU S. C., BAŞ M.  
in: İşletme Disiplini Üzerine Güncel Çalışmalar, Bora GÖKTAŞ, İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Editor, İksad Publishing House, Ankara, pp.73-100, 2019
- XV. **Market Research**  
BAŞ M.  
in: Coaches of SMEs, Ganite Kurt, Tuğba Uçma Uysal, Editor, Gazi Kitapevi, Ankara, pp.99-116, 2016
- XVI. **Marka Yönetimi**  
BAŞ M.  
Detay Yayınevi, Ankara, 2015
- XVII. **Ürün ve Ürün Kararları**  
BAŞ M., TOLON M.  
in: Marka Yönetimi, , Editor, Detay Yayıncılık, Ankara, pp.1-37, 2015
- XVIII. **Pazarlama**  
BAŞ M., TOLON M.  
in: Genel İşletmecilik, mithat üner, Editor, detay kitapevi, Ankara, pp.187-243, 2009
- XIX. **Pazarlama**  
BAŞ M., TOLON M.  
in: Genel İşletmecilik, Mithat Üner, Editor, Detay, Ankara, pp.187-243, 2009



## XX. Perakendeci Markası ve Uygulamaları

BAŞ M.

Gazi Kitapevi, Ankara, 2007

## Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Post-modern Pazarlamada Retro Pazarlamasının Rolü**  
ŞEKEROĞLU S., BAŞ M.  
23. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi, Kiev, Ukraine, 26 - 28 September 2019, pp.294-304
- II. **Sosyal Medyada Tüketici Sinizmi : Kültürlerarası Bir Karşılaştırma**  
ERDOĞAN İ., BAŞ M.  
Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Politika Kongresi, İstanbul, Turkey, 1 - 02 December 2018, pp.316-331
- III. **Post-Truth Medya ve Tüketici Davranışlarına Etkisi: "Genç Yetişkinler" Üzerine Keşifsel Bir Araştırma**  
erdoğan tarakçı i., BAŞ M.  
2. International EMIEntrepreneurship and Social SciencesCongress, Nevşehir, Turkey, 9 - 11 November 2018, vol.1, pp.171-172
- IV. **Alışveriş Merkezi Tüketicilerinin Tatmininin Yapay Sinir Ağları Yöntemiyle Ölçülmesi**  
BAŞ M., TOLON M., TOSUNOĞLU N.  
Muhan Sosyal İşletmecilik Konferansı, Turkey, 3 - 06 September 2008
- V. **TÜRKİYE NİN AB YE UYUMU SÜRECİNDE TÜRK İŞLETMELERİNİN AR GE FAALİYETLERİ**  
Demirci R., BAŞ M., TOLON M.  
5. Ulusal Orta Anadolu İşletmecilik Kongresi, Turkey, 15 - 17 June 2006

## Supported Projects

Marşap B., Sağlam Arı G., Bekiş T., Karabulut A. N., Kaya B., Uzun A. Ç., Cop R., Özdemir F. S., Baş M., Uçma Uysal T., et al., EU Supported Other Project, Coaches of SMEs 5 Points Trainings, 2014 - 2017

## Metrics

Publication: 79

H-Index (WoS): 1