

ÖZGEÇMİŞ VE ESERLER LİSTESİ

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: İpek Altınbaşak-Farina

Ünvanı: Prof. Dr.

Öğrenim Durumu:

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	İşletme	Boğaziçi Üniversitesi	1990
Y. Lisans	MBA	West Georgia State University	1991
Doktora/S.Yeterlik	Sosyal Bilimler Fakültesi	Boğaziçi Üniversitesi	2004

Görevler:

Görev Ünvanı	Görev Yeri	Yıl
Dekan	Bahçeşehir Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	2017-2019
İşletme Bölüm Başkanı	Bahçeşehir Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	2017-2019
Prof. Dr.	Bahçeşehir Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	2017
Doç.Dr.	Bahçeşehir Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	2011
Yrd. Doç. Dr	Bahçeşehir Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	2005
İşletme-Pazarlama Doktora Program Koordinatörü	Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	2011-2012
Enstitü Müdürü	Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	2005-2007
Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi Yüksek Lisans Program Koordinatörü	Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	2005-2020
Öğretim Üyesi	Bahçeşehir Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	2004-....
Pazarlama ve Yeni Ürün Geliştirme Direktörü	Komili Holding A.Ş.	1996-1997
Pazarlama Marka Müdürü	Unilever A.Ş.	1992-1996

Doktora Tezi Başlığı ve Tez Danışmanı :

Tez Başlığı : Modeling the Constituents of the Image of a Country for the Determination of Priorities related to Strategic Image Management: The Case of Turkey

Danışman : Prof. Dr. Eser BORAK (Boğaziçi Üniversitesi)

Tez Danışmanlıkları:

Adı	Soyadı	Konu	Ders Adı
ONURKAN	ASTAN	Factors driving purchase intent towards multisided platforms	Ph.D. Thesis Devam ediyor
DERYA	ZENGİN	Sigortacılık Pazarlama Alanında Büyük Veri Kullanımı	Ph.D. Thesis Devam ediyor
BARAN	BARIŞ	Marka İmajı, Müşteri Memnuniyeti Ve Müşteri Sadakati İlişkisi İle Müşteri Satın alma Refleksleri: Tüketici Elektronik Ve Beyaz Eşya Sektöründe Bir Araştırma	Master Thesis Devam ediyor
CANDAN	ŞAHİN AK	Tamamlayıcı tıbbın farklı jenerasyonlardaki algısı ve buna yönelik pazarlama stratejileri	Master Thesis Devam ediyor
ÖZGÜN	AKPINAR	Millennial's perception on healthy nutrition and marketing strategies of dietary products	Master Thesis Devam ediyor
ÖZGE ZELİHA	TEMİZSÜT YAMANER	The Awareness, Perception and Attitude of Business Professionals on Big Data For Holistic Marketing Strategy: A Study on Big Data Implications In Turkey	Ph.D. Thesis Tamamlandı (2020)
MURAD	SERTTAŞ	The factors affecting the purchase intention of e-retail customer in Turkey: An application on the grocery sector	Master Thesis Tamamlandı (2019)
MELİS	KORALTAN	A comprehensive study on the values of Generation Y in tech industry: An example of a global company	Master Thesis Tamamlandı (2019)
OĞUZHAN	DİRGEN	Mobil Pazarlama Uygulamalarının X ve Y Kuşağı Açısından Değerlendirilmesi: İnternet Bankacılığı	Master Thesis Tamamlandı (2019)
KEVSER	TAŞEL JURKOVIÇ	Impact of Brand and Institution Related Factors on University Choice Intention of High Scholl Students: A Brand Extention Framework	Ph.D. Thesis Tamamlandı (2018)
DUYGU	KORHAN ÜLKÜMEN	Building and Measuring Employee Based Brand Equity at Higher Education Institutions in Turkey	Ph.D. Thesis Tamamlandı (2017)
GÖZDE	TÜRKEKEL	Green Purchase Behavior; A Study in the Turkish Restaurant Context	Ph.D. Thesis Tamamlandı (2017)
BURAK	KIR	Targeting Consumers in Mobile Era: Factors Affecting Adoption to Location Based Mobile Marketing in Turkey	Ph.D. Thesis Tamamlandı. (2016)

Tez Jüri Üyelikleri

Özgür Tort, Marmara Üniversitesi, Mühendislik Yönetimi (İngilizce) Doktora Programı, Integrated demand-driven supply chain model design for fresh fruits and vegetables (Doktora Tezi, Devam ediyor)

Gürbaşıkan Akyüz, Birce (2017), Culinary Tourism: Factors That Influence Local Food Consumption Motivation and their Effects on Travel Intentions (Doktora tezi)

Doğancı, İ. Buğra, (2016), Multi-dimensional Factors on Prescription Behaviour and their Impact on Physicians' Prescription Behaviour (Doktora tezi)

Koçyiğit, E.(2016), A Typology of Mobile Content Consumers and Their Decision Making Styles (Doktora tezi)

Eke, A. (2015), "New product sales and profitability performance: The evaluation of the Turkish medical sector" (Doktora tezi)

Demirbas, E. (2014), An Integrative Model on the Factors Affecting Consumer's Satisfaction, Trust and Repurchase Intention in Online Shopping (Doktora tezi)

Kupeli, B.(2014), Examination of the Co-production Process in Self Service Technologies: Linking Co-production to Co-creation of Value (Doktora tezi)

Onal A. (2014), Motives, Fandom, Identification and Loyalty of Fottball Fans Living in Home Country and Abroad: The case of Turkish Fans in Turkey and Germany (Doktora tezi)Özsoy, A., Large Scale Sports Event Marketing and A Case Study in Turkey. (Marmara Üniversitesi-Doktora tezi-devam ediyor)

Utku, D. (2009), Readers' Expectations, Perceptions, Preferences and Loyalty Towards Online Newspapers. (Boğaziçi Üniversitesi-Yüksek Lisans)

Aytekin, N.C. (2009), The Impact of Speech Recognition Systems on Business Effectiveness. (Boğaziçi Üniversitesi-Yüksek Lisans)

Kekeç, D. (2008), Hizmet Kalitesi Ölçümünde Servqual Ölçeği ve Otelcilik Sektöründe Bir Uygulama. (Marmara Üniversitesi-Yüksek Lisans)

İdari Görevler :

Bahçeşehir Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Dekan (2017-2019)

Bahçeşehir Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölüm Başkanı (2017-2019)

Bahçeşehir Business School Graduate Board Üyesi (2015-)

Bahçeşehir Üniversitesi İşletme Doktora Programı- Pazarlama Program Koordinatörü (2011-2012)

Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü (2005 -2007)

Bahçeşehir Üniversitesi Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi Yüksek Lisans Koordinatörü (2005-2020)

Son dört yılda verdiği lisans ve lisansüstü düzeydeki dersler

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati		Öğrenci Sayısı
			Teorik	Uygulama	
2015-2016	Güz	Principles of Marketing	3		32
		Principles of Marketing	3		39
	Bahar	Global Marketing	3		34
		Marketing Management	3		25
		Managerial Perspectives in Marketing (Doktora)	3		3
2016-2017	Güz	Principles of Marketing	3		66
		Principles of Marketing	3		46
		Marketing Strategies and Redesigning Marketing (Yüksek Lisans)	3		21
2016-2017	Bahar	Marketing Management	3		29
		Global Marketing	3		19
		Managerial Perspectives in Marketing (Doktora)	3		5
2017-2018	Güz	Principles of Marketing	3		33
		Seminar	3		2
		Thesis	3		4
		Global Marketing	3		19
		Managerial Perspectives in Marketing (Doktora)	3		5
		Managerial Perspectives in Marketing	3		3
		Global Marketing	3		19
2017-2018	Bahar	Global Marketing	3		25
		Abdi İbrahim - Creative Marketing Approaches for Restricted Markets	3		30
		KOÇTAŞ - Innovative Approaches in Home Improvement Retail	3		25
		Principles of Marketing	3		58
		Proje	3		2

2018- 2019	Güz	Seminar	3		1
		Master/Phd Theses	3		3
2018-2019	Bahar	Global Marketing	3		48
		Master/Phd Theses	3		3
2019-2020	Güz	Principles of Marketing	3		59
		Marketing Strategies and Redesigning Marketing	3		48
		Marketing Management	3		59
		Seminar	3		1
		Master/Phd Theses	3		3
2019-2020	Bahar	Global Marketing	3		43
		Marketing Management	3		59
		Master/Phd Theses	3		3

Ödüller/ Burslar

West Georgia State University, 1990, Full Scholarship, Assistantship

Boğaziçi University, 1996-1998 High Merit Doctoral Scholarship

İtalyan Kültür Merkezi (1987), Üstün Başarı Bursu, Perugia Eğitim Bursu

International Conference on Marketing, Business and Trade (ICMBT 2015), Best Paper Award.
Title; "Identifying the Needs of Gen Y by Exploring their Value Systems: A Qualitative Study."
October 15,2015.Barcelona, Spain.

ESERLER

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :

Altınbasak, I. (2009), "Understanding The Prejudices In Order To Improve The Image Of Turkey: A Qualitative Study On The Prejudices Of Italians About Turkey", Boğaziçi Journal, pp. 35-51, Istanbul, Turkey.

Altınbasak, I. ve Karaca E.S. (2009), "Internet Reklamcılığı ve Internet Reklamı Ölçümlenmesi Üzerine Bir Uygulama", Ege Akademik Bakış, 9(2), ss.463-487, İzmir, Türkiye.

Bir, C.S., ve Süher, İ.K., **Altınbasak, I.** (2009), "Corporate Social Responsibility Orientation and Employer Attractiveness", Journal of Yaşar University, 4(15), pp.2303- 2326, Izmir, Turkey.

Nasır, A. ve **Altınbasak, I.** (2009), "Standardization/Adaption Debate: Creating a Framework for the New Millenium", Strategic Management Review, 3(1), pp.17-50.

Altınbasak, I. ve Yalçın, E. (2010), "City Image and Museums: The Case of Istanbul", International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 4/3 (2010) 241-251.

Woldu, H; Skuza, A.,Dalgic T., and **Altınbasak, I.** (2012), Viewing the Cultural Value Orientations of Austria, Poland, and Turkey through six Cultural Dimensions : an Emphasis on Turkish Cultural Fit to European Union Members. Economics and Business Review EBR 12 (4), 51-71

Altınbasak-Farina, I., Arda O.A. & Bicer, B,(2014). Targeting Millennials in an EmergingMarket: A Qualitative Study on the Value Systems of Generation Y in Turkey. European Journal of Research on Social Sciences.1(2), 12-18.

Altınbasak-Farina, I. & Guleryuz-Turkel, G. (2015).Identifying the Needs of Gen Y by Exploring their Value Systems: A Qualitative Study. International Journal of Trade, Economics and Finance, vol.6, no.6, 290-296.

Kir B. and **Altınbasak-Farina, I.** (2016). "How to Increase the Participation of Customers to Location-Based Mobile Marketing: The Case of an Emerging Country Turkey", International Journal of Management&Information Technology Vol.11, No.5.

Altınbasak-Farina, I. & Guleryuz-Turkel, G. (2017). "A Comprehensive Study of the Prevalent Personal Values: Investigating Working Generation Y'ers in Turkey", Boğaziçi Journal: Review of Social, Economic and Administrative Studies doi:10.21773/boun.31.1.4

Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (Proceedings) basılan bildiriler :

Altınbasak, I. and Alvarez, M.D. (2001), “A Model of Database Marketing and Managers’ Perception of Intrusion of Privacy: An Emerging Country’s Perspective”, In Proceeding of Tenth Biennial World Marketing Congress, Cardiff, United Kingdom: Academy of Marketing Science and Cardiff University.

Altınbasak, I. (2008), “Developing and Managing Country Brands: An Initiative in Order to Investigate the Nation Brand Image of Turkey in Europe”, 2008 Thought Leaders International Conference on Brand Management, University of Birmingham,UK.

Altınbaşak, I. ve Dalgıç, T. (2009), “Marketing a Country as an Investment Location in the Realm of The 21st Century: The Case of the Republic of Turkey”, in Delener, D; Fuxman, L.; Lu, F. V.; Putnova, A. and Rivera-Solis L. E. (eds.), “Business Strategies and Technological Innovations for Sustainable Development: Creating Global Prosperity for Humanity”, Global Business and Technology Association Eleventh International Conference Readings Book, ISBN: 1-932917-05-5, pp. 40-50, Global Business and Technology Association and EBSCO Publishing, USA

Altınbasak-Farina I. and Turkel-Guleryuz G. (2016), “How Do Consumers Perceive the Socially Responsible Activities of Corporations: An Emerging Country’s Perspective”, Proceedings of 4th Business & Management Conference ,Istanbul. DOI: 10.20472/BMC.2016.004.001

Altınbasak-Farina I. and Ergen A. (2016), “ Examining the Sustainable Consumption Behavior of Young Gen Y’ers: the Effects of Environmental Attitude and Cosmopolitanism”, Proceedings of 7th International Conference on Governance, Fraud, Ethics, and Social Responsibility, Istanbul, pp.97-108, ISBN: 978-605-9532-04-4

Yazılan uluslararası/ulusal kitaplar veya kitaplarda bölümler

Altınbasak, I. ve Dolu, S. (2007), “Marketing in Higher Education Sector: A Comparative Examination of Branding Perception in State and Foundation Universities in Turkey”, in Veloutsou C. ve Papadopoulus N.(eds.), “Marketing in Dynamic Environments: Contemporary Research Advances”, pp. 165-182, Atiner, Greece.

Altınbaşak, I. (2008), “Küresel Pazarlamaya Giriş”, Altınbaşak ve diğerleri içinde “Küresel Pazarlama Yönetimi”, ss. 3-28, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, Türkiye.

Altınbaşak, I. (2009), “Müşteri Odaklı Hizmet Yönetimi”, Prof. Dr. Serhat Gürdal (ed.), “Benim Maaşımı Kim Ödüyor: Müşteri”, ss. 307-330, ISBN: 978-605-60708-0-8, Yaprak Yayın Dağıtım, İstanbul, Türkiye.

Altınbaşak-Farina, I. , Gegez, E., Ekmekçi, A., ve Er,İ. (2013), “Küresel Pazarlama Yönetimi”, TC. Anadolu Üniversitesi Yayını No:2821 Açıköğretim Fakültesi Yayını No:1779, ISBN 978-975-06-1486-6, Saray Matbaacılık Ankara .

Altınbaşak-Farina, I. ve diğerleri (2016), “Türkiye’de Pazarlama Biriminin Akademik Tarihi”, içinde, Prof. Dr. Muazzez Bababacan (ed.), ss. 230-256, Beta Yayınları, İstanbul, Türkiye. ISBN 978-605-333-580-1

Altınbaşak-Farina, I. ve diğerkleri (2016), Pazarlama Yönetimi, Kotler P. and Keller, K.L., 15th Edition, içinde, 2. Bölüm “Pazarlama Stratejisi ve Pazarlama Planı Geliştirme”, bölüm tercümesi ISBN: 978-605-333-799-7, SS.35-65

Altınbaşak-Farina, I. ve Biçer, B. (2017), “Social Responsibility Reputation of Brands: A Strategic Approach”, in ‘Sustainability and Social Responsibility of Accountability Reporting Systems: A Global Approach’ Editors: **Çalıyurt**, Kıymet Tunca, Said, Roshima (Eds.) ISBN 978-981-10-3212-7

Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :

Altınbaşak, İ. (2008), “The Development and Evolution of Database Marketing: A Conceptual Approach”, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 8(30), ss.123-137, İstanbul, Türkiye.

Altınbaşak-Farina, İ. ve Arslan, Barış (2016), Managing Country Brand Image: A Content Analysis of the UK Newspapers on the Image of Turkey, PPAD dergisi, 9(17), ss:65-85

Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler:

Altınbaşak, İ. ve Alvarez, M.D. (1999), “Kapıdan Kapıya Satışta Başarıyı Etkileyen Faktörler”,4.Ulusal Pazarlama Kongresi, ss. 25-39, ISBN:975-7989-06-1, Antakya, Mustafa Kemal Üniversitesi, Türkiye.

Altınbaşak, İ., ve Uçar, B. (2008), “İlaç Sektöründe Tıbbi Satış Sorumlusunun ve Firma Uygulamalarının Satıştaki Rolü: Onkoloji Grubunda Bir Çalışma”, ss. 272-294, 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, ISBN: 978-605-4163-00-7, Çukurova Üniversitesi, Adana,Türkiye.

Diğerk yayınlar :

Altınbaşak, İ. (2008), “Avrupa Birliği Üyeliği Yolunda Türkiye İmajı: Bulgular Işığında Yapılması Gerekenler”, Pİ dergisi, sayı:3, ss.26-36, İstanbul, Türkiye.

Altınbaşak, İ. ve Yalçın E. (2008), “Avrupa Birliği Yolunda Türkiye'nin Tanıtımı” TUSİAD Yayınları, Yayın no. TUSİAD-T/2008-03:454.

Altınbaşak, I. “The Perception of the EU in a Candidate Country: the Case of Turkey with Reference to Turkish Youth”, (devam ediyor)

AD	SOYAD	BÖLÜM ADI	SEZON	KONU
ZEYNEP	BENGİ	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	Kült Marka Yaratmada Harley Davidson Örneği
GÜLŞEN	ÖZÇELİK	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	Marka Topluluğunun Marka Kimliğini Güçlendirme Etkisi
MERİ	TAKSİ DEVECİYAN	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	MÜŞTERİ BEKLENTİLERİ VE MARKA TERCİHİ: KUYUM SEKTÖRÜNDE NİTELİKSEL BİR
CELİL KÜRŞAD	DERECİ	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	devlet yardımlarının imalatçı kobi lerin pazarlama ve marka faaliyetleri üstündeki
ÖMER GÜRKUT	GİDER	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	OTC Kavramı Ve Türkiye'de Uygulanabilirliği
ALPER TUNGA	GÜLER	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	İlaç Sektöründe Firmaların Pazar Konumlandırması
ELİF	VAROL	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	İlaç Sektöründe Ali Raif İlaç Üzerine Bir Uygulama
BURÇAK	PERKER	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	YENİ ÜRÜN GELİŞTİRME SÜRECİNDE MARKA YÖNETİMİNİN ETKİSİ
GÜL ESİN	KONAKCI	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	ŞEHİR PAZARLAMASI: FETHİYE ÖRNEĞİ
HATİCE	SÖYLELİ	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	İLAÇ SEKTÖRÜNDE SOSYAL SORUMLULUK: DİYABET GRUBUNDA ÖNLEME ÇALIŞMALARI
MEHMET TOLGA	TEKCE	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	HIZLI TÜKETİM SEKTÖRÜNDE ÜRÜN-AMBALAJ RENGİ-PAZARPAYI ÜÇGENİ
SEDEF	BESEN	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	MOBİL İLETİŞİM SEKTÖRÜNDE KONUMLANDIRMA FAALİYETLERİ VE
BAŞAK	GÖK	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	ÜLKE İMAJININ ULUSLARARASI PAZARLAMADAKİ ROLÜ
ERDEM	KALKAN	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	FİRMA İMAJİ VE JENERİK İLAÇLARIN TERCİHİ: SANTA FARMA ÖRNEK OLAY
GÖZDE	CUMHUR	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	KUYUM SEKTÖRÜNDE MARKALAŞMA VE MAĞAZACILIK
ELEM	YALÇIN	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2008-2009	şehir pazarlaması: istanbul örneği
CANDAN	MUMCUOĞLU	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2009-2010	Marka Yönetimi
YELİZ	BİLGİN	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2009-2010	KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE MARKALAŞMA
CEM	DURUL	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2009-2010	Türk Deniz Ürünleri Sektörünün Avrupa Pazarında Markalaşması
SİNAN	DİNÇ	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2009-2010	Türkiye'de interaktif pazarlama
ALİ BURAK	AYGÜL	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2009-2010	internetin marketingi, marketingin interneti değiştirmesi
HASAN	HAMZAOĞLU	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2010-2011	marka
ÇAĞDAŞ	ÇAKIR	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2010-2011	İç Müşterinin Gözünde Marka Algısı
RIFAT	PERAHYA	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2010-2011	Markalasanın Önemi
SERDAR	AZİRET	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2011-2012	"Sosyal Medya Pazarlaması / Buzz Marketing & WOM'un Marka Algısına
GÖKHAN	ARIK	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2011-2012	GSM'de Stratejik Pazarlama
DENİZ	LOSTAR	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2011-2012	Sosyal Medyada İşveren Markasının Pazarlanması
BERTAN	DEMİR	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2011-2012	Türkiye Telekomunikasyon Sektöründe Churn Yönetimi ve Müşteri Bağlılığı
HANDE	İNAÇ	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2012-2013	Sosyal Medya ve Mobil Pazarlamanın Pazarlama Stratejisi ve Pazarlama
MEHMET BİLAL	SOYVURAL	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2012-2013	Sosyal Medyanın Yükselen Gücü ve Pazarlamada Yeni Yaklaşımları
ÖMER BURAK	AKDAĞ	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2012-2013	PAZARA GİRİŞ STRATEJİLERİ VE BİR İÇECEK FİRMASI ÖRNEĞİ
BURCU	ÇALIŞKAN AKDAĞ	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2012-2013	Borusan'ın Marka Kişiliği
MURAT	EKİCİ	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2012-2013	Son 10 yılda Türk markalarının yurtdışındaki konumunun değişimi
EZGİ	TURAN	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2012-2013	Dijital Pazarlama ve Dijital Tüketici Davranışları
MURAT ALPER	BAYSAL	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2012-2013	KOBİ'lerin Pazarlama Sorunları
ALEN	ESKİCİKASBAR	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2012-2013	Hizmet Pazarlamasında Tüketici Tercih Kriterleri (GSM)
GÜL	DİKMEN	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2012-2013	Bebek Bezi Pazarının Analizi ve Huggies Marka Ederinin Geliştirilmesi
ERİNÇ	ERMİN	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2013-2014	Bankacılıkta Ayrıcalıklı Segmentteki Müşterilerin Banayı Terk Etme Nedenleri
ÖZGE ZELİHA	EMİZSÜT YAMANE	İŞLETME ANABİLİM DALI	2014-2015	The Awareness, Perception and Attitude of Business Professionals on Big Data For
ERAY	OLGUNER	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2015-2016	Y Jenerasyonunun Dijital Ayak izleri ve digitallesen dünyanın Tüketim
GÖZDE	TÜRKEL	İŞLETME ANABİLİM DALI	2015-2016	Sosyal sorumluluk
SERHAT	DÖNMEZ	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2015-2016	Sosyal Medyada Marka Kişiliği
BARIŞ	KAHRAMAN	STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ ANABİLİM DALI	2015-2016	Gen Y Dijital Pazarlamaya Yaklaşımları