Asst. Prof. AHMET BAŞCI

Personal Information

Email: ahmetbasci@marmara.edu.tr
Web: https://avesis.marmara.edu.tr/ahmetbasci

International Researcher IDs
ScholarID: Yx9KtaIAAAAJ
ORCID: 0000-0003-1892-5784
Yoksis Researcher ID: 55661

Education

Undergraduate, Anadolu University, Department Of Sogıology, Turkey 2012 - 2022
Doctorate, Marmara University, Institute of Social Sciences, Department of Business Administration, Turkey 2006 - 2012
Postgraduate, Marmara University, Institute of Social Sciences, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (Yl) (Tezli), Turkey 2004 - 2006
Undergraduate, Marmara University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Business Administration, Turkey 2002 - 2004

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, Tüketici değerleri marka ilişki kalitesi ve marka kredibilitesi arasındaki ilişkilerin değiştirme ve yeniden satın alma niyetleri üzerindeki etkileri, Marmara Üniversitesi, Institute of Social Sciences, Pazarlama (Dr), 2012
Postgraduate, Şehir markası yaratma süreci ve İstanbul şehir markası için bir model önerisi, Marmara Üniversitesi, Institute of Social Sciences, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (Yl) (Tezli), 2006

Research Areas

Avesis Research Areas: Management, Marketing, Strategic Marketing and Brand Management
WoS Research Areas: Social Sciences (Soc), Management, Economics & Business
Scopus Research Areas: General Decision Sciences

Academic Positions

Assistant Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2017 - Present
Lecturer PhD, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2012 - 2017
Lecturer, Marmara University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Business Administration, 2006 - 2012
Research Assistant, Marmara University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Business Administration, 2005 - 2006

Academic and Administrative Experience

Corporate Communications Coordinator, Marmara University, Faculty of Business Administration, 2018 - 2023
Vice Dean, Marmara University, Faculty of Business Administration, 2018 - 2020
Marmara University, Institute of Social Sciences, İşletme (Dr), 2015 - 2016
Marmara University, Institute of Social Sciences, İşletme (Yl), 2015 - 2016
Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2015 - 2016

Courses

Undergraduate
Introduction to Marketing, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018
Marketing Research, Undergraduate, 2018 - 2019

Supervised Theses

Başcı A., The role of interactivity in augmented reality on purchase intention, Postgraduate, İ.MUSTAFA(Student), 2024
Başcı A., Çevik metodolojiler ve organizasyon kültürü: İşyerlerinde çalışan motivasyonu üzerindeki etkinin araştırılması, Postgraduate, M.USTA(Student), 2024
Başcı A., Factors affecting consumers' intention to purchase green products, Postgraduate, Y.BÜŞRA(Student), 2023
Başcı A., Factors affecting consumers choice of crypto currency exchanges, Postgraduate, D.SERBEST(Student), 2023
Başcı A., Tüketicilerin coğrafi işaretli tarımsal ürünlere yönelik marka değeri algılarının demografik özelliklere göre incelenmesi: İstanbul ilinde bir araştırma, Postgraduate, H.VURAL(Student), 2023
Başcı A., Effects of sales promotion activities on intent to purchase private label products, Postgraduate, Ö.FARUK(Student), 2023
Başcı A., The effect of influencer's credibility and parasocial interaction on consumer's purchasing intention, Postgraduate, B.ETİ(Student), 2022
Başcı A., An analysis of cognitive dissonance theory in the context of marketing, Postgraduate, G.BAŞTEMUR(Student), 2020
BAŞCI A., Marka kişiliği ve tüketici etnosentrizmi arasındaki ilişki: hızlı tüketim sektörü üzerine bir araştırma, Postgraduate, E.Cömert(Student), 2019
BAŞCI A., Çocukların marka algılamaları ve özel yetenekli çocukların marka algılamaları üzerine bir çalışma, Postgraduate, A.Yaşar(Student), 2019
Başcı A., The role of brand in industrial markets and an investigation of its effect on the purchasing decision process of the companies, Postgraduate, A.CAN(Student), 2019
BAŞCI A., Marka deneyiminin sadakat üzerindeki etkisi : havacılık sektöründe bir araştırma, Postgraduate, Y.Aşık(Student), 2019
BAŞCI A., İçsel pazarlama uygulamalarının iç müşteri tatmini üzerindeki etkisi, Postgraduate, A.Solmaz(Student), 2019
BAŞCI A., Marka logosunun müşteri bağlılığına ve satın alma niyetine etkisi : hazır giyim sektöründe bir araştırma, Postgraduate, Ö.Şeyma(Student), 2019
BAŞCI A., Sivil toplum kuruluşlarında gönüllü motivasyonu : Genç Kızılay örneği, Postgraduate, A.Muştu(Student), 2019
Başcı A., Popüler kültür ile tüketim kültürü ilişkisi üzerine bir araştırma, Postgraduate, H.ÇAMLIBEL(Student), 2019
BAŞCI A., Dinamik fiyatlandırmada fiyat adalet algısının tüketicinin marka değiştirme niyetine etkisi ve bir araştırma, Postgraduate, G.MAMMADLİ(Student), 2017
BAŞCI A., Online marka topluluklarında oluşturulan içerikler ile tüketici satın alma niyetleri arasındaki ilişkiler ve bir araştırma, Postgraduate, T.ÇOBANOĞLU(Student), 2017
BAŞCI A., SOSYAL KİMLİK KURAMI AÇISINDAN TÜKETİCİ – MARKA ÖZDEŞLEŞMESİ VE BİR ARAŞTIRMA, Postgraduate, T.IŞIKAY(Student), 2017
BAŞCI A., Çevrimiçi topluluklarda tüketicilerin elektronik ağızdan ağıza iletişim motivasyonlarının belirlenmesi ve bir

araştırma, Postgraduate, E.BAŞAK(Student), 2016
BAŞCI A., Tüketicilerin sosyal sorumluluk kampanyaları sonucunda oluşan inanç, tutum ve satın alma niyetlerine ilişkin farklılıkların sosyal sorumluluk kampanya türleri açısından incelenmesine ilişkin bir araştırma, Postgraduate, F.GÜNGÖR(Student), 2016
BAŞCI A., Ağızdan ağıza pazarlamanın gösterişçi tüketim üzerine etkisi, Postgraduate, Ö.BOĞA(Student), 2015

Articles

I. **THE CONSUMER – BRAND IDENTIFICATION IN TERMS OF SOCIAL IDENTITY THEORY AND A RESEARCH**
Işıkay T., Başcı A.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.42, no.1, pp.63-90, 2020 (TRDizin)

II. **Corporate personality perspective in corporate reputation management: a survey of corporate personality perception on business administration students**
Başcı A., Ertemel A. V.
International Journal of Social Sciences and Education Research, vol.2, no.1, pp.1-13, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

III. **THE EFFECT OF WORD OF MOUTH MARKETING ON CONSPICUOUS CONSUMPTION**
Boğa Ö., Başcı A.
Öneri Dergisi, vol.12, no.45, pp.463-489, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

IV. **Effects of Zero Moment of Truth on Consumer Buying Decision An Exploratory Research in Turkey**
Ertemel A. V., Başcı A.
International Journal of Social Sciences and Education Research, vol.1, no.2, pp.642-653, 2015 (Peer-Reviewed Journal)

Books

I. **The Effect of Country of Origin on Brand Preferences in Turkey**
TİĞLI M., ERDEM Ş., BAŞCI A.
in: Freedom and Prejudice Approaches to Media and Culture, Süheyla Kırca Schroeder, LuEtt Hanson, Editor, Bahçeşehir University Press, İstanbul, pp.323-346, 2008

Papers Presented at Peer-Reviewed Scientific Conferences

I. **Factors Affecting Consumers' Choice of Cryptocurrency Exchanges**
Serbest D., Başcı A.
TESAM VIII. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi 21. Yüzyılda Uluslararası Sistemin Geleceği: Fırsatlar, Zorluklar ve Yeni Dinamikler, İstanbul, Turkey, 16 - 18 October 2024, pp.141-177, (Full Text)

II. **THE EFFECT OF THE CREDIBILITY OF THE INFLUENCER AND THE PARASOCIAL INTERACTION WITH THE INFLUENCER ON THE PURCHASING INTENTION OF THE CONSUMER IN INFLUENCER MARKETING**
Eti Kavaklı B., Başcı A.
TESAM VI. Sosyal Bilimler Kongresi, İstanbul, Turkey, 7 - 09 December 2022, pp.87-108, (Full Text)

III. **Determining of Consumers' Electronic Word of Mouth Motivations in The Online Communities And A Research.**
TAVMAN E. B., BAŞCI A.
Congress on Business and Marketing 2018, İstanbul, Turkey, 29 November - 01 December 2018, pp.151-155, (Summary Text)

IV. **İkinci Dalga Kahvelerin Tercih Edilmesini Etkileyen Faktörler: İçtiğimiz Kahveleri Tanıyor Muyuz?**

BARUÖNÜ LATİF F. Ö., ÖRS M., BAŞCI A.
23. Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Turkey, 27 - 29 June 2018, pp.592-597, (Summary Text)

V. **Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanya Türlerine Yönelik İnanç, Tutum ve Satın Alma Niyetlerinin İncelenmesi**
GÜNGÖR F., BAŞCI A.
II. C-IASOS International Applied Social Sciences Congress, Antalya, Turkey, 19 - 21 April 2018, pp.320-323, (Full Text)

VI. **Corporate Personality Perspective in Corporate Reputation Management A Survey of Corporate Personality Perception On Business Administration Students**
BAŞCI A., ERTEMEL A. V.
International Conference on Social Sciences and Education Research, Antalya, Turkey, 29 - 31 October 2015

VII. **Effects of Zero Moment of Truth on Consumer Buying Decision An Exploratory Research in Turkey**
ERTEMEL A. V., BAŞCI A.
International Conference on Social Sciencesand Education Research, Antalya, Turkey, 29 - 31 October 2015

VIII. **Is Beauty Only Brand Deep**
CELİK ELMER C., BAŞCI A., CİNTAMÜR İ. G.
2012 LCBR European Marketing Conference, Munich, Germany, 9 - 10 August 2012

IX. **Corporate Social Responsibility and Branding**
KARAOSMAN H., ONURLU Ö., BAŞCI A.
5th International Conference of AM's Brand, Identity, and Corporate Reputation SIG, Cambridge, Canada, 1 - 03 September 2009, pp.90, (Summary Text)

X. **The Effect of Country of Origin on Brand Preferences in The Turkey**
TIĞLI M., ERDEM Ş., BAŞCI A.
1st Annual, International Conference on Communication, Mass Media and Culture -Freedom and Prejudice, İstanbul, Turkey, 5 - 07 October 2006, pp.59-60, (Summary Text)

XI. **Türkiye de Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına ve Sosyal Açıdan Sorumlu Şirketlere Karşı Tutumu**
USLU A., BAŞCI A., GAMBAROV V. A.
Muhan Soysal İşletmecilik Konferansı, Cyprus (Kktc), 3 - 05 September 2008, pp.47-60, (Full Text)

XII. **Marka Bilinirliği Yüksek Olan İşletmelerin Pazarlama Departmanlarında Yedekleme**
YÜCEL D., BAŞCI A.
16. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Antalya, Turkey, 16 - 18 May 2008, pp.260-262, (Summary Text)

XIII. **Who Does the Housework Turkish Consumer Responses to Gendered Role Portrayals in Advertisements**
SAVAŞ GÜN F., PİRTİNİ S., ÇELİK C., BAŞCI A.
Communication in the Millennium, 6th International Symposium, İstanbul, Turkey, 14 - 16 May 2008, vol.1, pp.313-333, (Full Text)

XIV. **Şehir Markası Yaratma Süreci ve İstanbul Şehir Markası İçin Bir Model Önerisi**
BAŞCI A.
4. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Antalya, Turkey, 23 - 27 April 2008, pp.965, (Summary Text)

XV. **The Effect of Country of Origin on Brand Preferences in Turkey**
TIĞLI M., ERDEM Ş., BAŞCI A.
), International Conference on Communication, Mass MediaCulture, Bahçeşehir University and Kent State University, 5 - 07 October 2006, (Full Text)

XVI. **Marketing Problems of Turkish Cinema Films and a Case Study**
TIĞLI M., BAŞCI A.
New Media and Interactiviy International Conference, İstanbul, Turkey, 1 - 03 November 2006, pp.494-501, (Full Text)

Metrics

Publication: 21