Dr. Öğr. Üyesi AHMET BAŞCI

Kişisel Bilgiler

E-posta: ahmetbasci@marmara.edu.tr
Web: https://avesis.marmara.edu.tr/ahmetbasci

Uluslararası Araştırmacı ID'leri
ScholarID: Yx9KtaIAAAAJ
ORCID: 0000-0003-1892-5784
Yoksis Araştırmacı ID: 55661

Eğitim Bilgileri

Lisans, Anadolu Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü, Türkiye 2012 - 2022
Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Türkiye 2006 - 2012
Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (Yl) (Tezli), Türkiye 2004 - 2006
Lisans, Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2002 - 2004

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

Doktora, Tüketici değerleri marka ilişki kalitesi ve marka kredibilitesi arasındaki ilişkilerin değiştirme ve yeniden satın alma niyetleri üzerindeki etkileri, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (Dr), 2012
Yüksek Lisans, Şehir markası yaratma süreci ve İstanbul şehir markası için bir model önerisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (Yl) (Tezli), 2006

Araştırma Alanları

Avesis Araştırma Alanları: İşletme, Pazarlama, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi
WoS Araştırma Alanları: Sosyal Bilimler (Soc), Yönetim, Ekonomi Ve İş
Scopus Araştırma Alanları: Genel Karar Bilimleri

Akademik Ünvanlar / Görevler

Dr. Öğr. Üyesi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017 - Devam Ediyor
Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - 2017
Öğretim Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2006 - 2012
Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2005 - 2006

Akademik İdari Deneyim

Akademik İdari Deneyim

Kurumsal İletişim Koordinatörü, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, 2018 - 2023
Dekan Yardımcısı, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, 2018 - 2020
Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2015 - 2016
Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Yl), 2015 - 2016
Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2015 - 2016

Verdiği Dersler

Lisans
Pazarlamaya Giriş, Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018
PAZARLAMA ARAŞTIRMASI (İKİNCİ ÖĞRETİM), Lisans, 2018 - 2019

Yönetilen Tezler

Başcı A., Artırılmış gerçeklikte etkileşimin satın alma niyeti üzerindeki rolü, Yüksek Lisans, İ.MUSTAFA(Öğrenci), 2024
Başcı A., Çevik metodolojiler ve organizasyon kültürü: İşyerlerinde çalışan motivasyonu üzerindeki etkinin araştırılması, Yüksek Lisans, M.USTA(Öğrenci), 2024
Başcı A., Tüketicilerin yeşil ürün satın alma niyetine etki eden faktörler, Yüksek Lisans, Y.BÜŞRA(Öğrenci), 2023
Başcı A., Tüketicilerin kripto para borsası seçimlerine etki eden faktörler, Yüksek Lisans, D.SERBEST(Öğrenci), 2023
Başcı A., Tüketicilerin coğrafi işaretli tarımsal ürünlere yönelik marka değeri algılarının demografik özelliklere göre incelenmesi: İstanbul ilinde bir araştırma, Yüksek Lisans, H.VURAL(Öğrenci), 2023
Başcı A., Satış geliştirme faaliyetlerinin perakendeci markalı ürünleri satın alma niyeti üzerindeki etkileri, Yüksek Lisans, Ö.FARUK(Öğrenci), 2023
Başcı A., Influencer (etkileyici) pazarlamada etkileyicinin güvenilirliği ve etkileyiciyle kurulan parasosyal etkileşimin tüketicinin satın alma niyeti üzerine etkisi, Yüksek Lisans, B.ETİ(Öğrenci), 2022
Başcı A., Bilişsel uyumsuzluk teorisinin pazarlama bağlamında analizi, Yüksek Lisans, G.BAŞTEMUR(Öğrenci), 2020
BAŞCI A., Marka kişiliği ve tüketici etnosentrizmi arasındaki ilişki: hızlı tüketim sektörü üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, E.Cömert(Öğrenci), 2019
BAŞCI A., Çocukların marka algılamaları ve özel yetenekli çocukların marka algılamaları üzerine bir çalışma, Yüksek Lisans, A.Yaşar(Öğrenci), 2019
Başcı A., Endüstriyel piyasalarda markanın rolü ve şirketlerin satın alma karar süreci üzerine etkisinin incelenmesi, Yüksek Lisans, A.CAN(Öğrenci), 2019
BAŞCI A., Marka deneyiminin sadakat üzerindeki etkisi : havacılık sektöründe bir araştırma, Yüksek Lisans, Y.Aşık(Öğrenci), 2019
BAŞCI A., İçsel pazarlama uygulamalarının iç müşteri tatmini üzerindeki etkisi, Yüksek Lisans, A.Solmaz(Öğrenci), 2019
BAŞCI A., Marka logosunun müşteri bağlılığına ve satın alma niyetine etkisi : hazır giyim sektöründe bir araştırma, Yüksek Lisans, Ö.Şeyma(Öğrenci), 2019
BAŞCI A., Sivil toplum kuruluşlarında gönüllü motivasyonu : Genç Kızılay örneği, Yüksek Lisans, A.Muştu(Öğrenci), 2019
Başcı A., Popüler kültür ile tüketim kültürü ilişkisi üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, H.ÇAMLIBEL(Öğrenci), 2019
BAŞCI A., Dinamik fiyatlandırmada fiyat adalet algısının tüketicinin marka değiştirme niyetine etkisi ve bir araştırma, Yüksek Lisans, G.MAMMADLİ(Öğrenci), 2017
BAŞCI A., Online marka topluluklarında oluşturulan içerikler ile tüketici satın alma niyetleri arasındaki ilişkiler ve bir araştırma, Yüksek Lisans, T.ÇOBANOĞLU(Öğrenci), 2017
BAŞCI A., SOSYAL KİMLİK KURAMI AÇISINDAN TÜKETİCİ – MARKA ÖZDEŞLEŞMESİ VE BİR ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans, T.IŞIKAY(Öğrenci), 2017
BAŞCI A., Çevrimiçi topluluklarda tüketicilerin elektronik ağızdan ağıza iletişim motivasyonlarının belirlenmesi ve bir araştırma, Yüksek Lisans, E.BAŞAK(Öğrenci), 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, Yüksek Lisans,

F.GÜNGÖR(Öğrenci), 2016
BAŞCI A., Ağızdan ağıza pazarlamanın gösterişçi tüketim üzerine etkisi, Yüksek Lisans, Ö.BOĞA(Öğrenci), 2015

Makaleler

I. **SOSYAL KİMLİK KURAMI AÇISINDAN TÜKETİCİ – MARKA ÖZDEŞLEŞMESİ VE BİR ARAŞTIRMA**
Işıkay T., Başcı A.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.42, sa.1, ss.63-90, 2020 (TRDizin)

II. **Kurumsal İtibar Ölçümünde Kurumsal Kişilik Perspektifive İşletme Öğrencilerinin Kurumsal Kişilik Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma**
Başcı A., Ertemel A. V.
International Journal of Social Sciences and Education Research, cilt.2, sa.1, ss.1-13, 2016 (Hakemli Dergi)

III. **AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMANIN GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM ÜZERİNE ETKİSİ**
Boğa Ö., Başcı A.
Öneri Dergisi, cilt.12, sa.45, ss.463-489, 2016 (Hakemli Dergi)

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, cilt.1, sa.2, ss.642-653, 2015 (Hakemli Dergi)

Kitaplar

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

Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler

I. **Tüketicilerin Kripto Para Borsası Seçimine Etki Eden Faktörler**
Serbest D., Başcı A.
TESAM VIII. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi 21. Yüzyılda Uluslararası Sistemin Geleceği: Fırsatlar, Zorluklar ve Yeni Dinamikler, İstanbul, Türkiye, 16 - 18 Ekim 2024, ss.141-177, (Tam Metin Bildiri)

II. **INFLUENCER (ETKİLEYİCİ) PAZARLAMADA ETKİLEYİCİNİN GÜVENİLİRLİĞİ VE ETKİLEYİCİYLE KURULAN PARASOSYAL ETKİLEŞİMİN TÜKETİCİNİN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ**
Eti Kavaklı B., Başcı A.
TESAM VI. Sosyal Bilimler Kongresi, İstanbul, Türkiye, 7 - 09 Aralık 2022, ss.87-108, (Tam Metin Bildiri)

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, Türkiye, 29 Kasım - 01 Aralık 2018, ss.151-155, (Özet Bildiri)

IV. **İkinci Dalga Kahvelerin Tercih Edilmesini Etkileyen Faktörler: İçtiğimiz Kahveleri Tanıyor Muyuz?**
BARUÖNÜ LATİF F. Ö., ÖRS M., BAŞCI A.
23. Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018, ss.592-597, (Özet Bildiri)

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, Türkiye, 19 - 21 Nisan 2018, ss.320-323, (Tam Metin Bildiri)

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, Türkiye, 29 - 31 Ekim 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, Türkiye, 29 - 31 Ekim 2015

VIII. **Is Beauty Only Brand Deep**
CELİK ELMER C., BAŞCI A., CİNTAMÜR İ. G.
2012 LCBR European Marketing Conference, Munich, Almanya, 9 - 10 Ağustos 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, Kanada, 1 - 03 Eylül 2009, ss.90, (Özet Bildiri)

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, Türkiye, 5 - 07 Ekim 2006, ss.59-60, (Özet Bildiri)

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, Kıbrıs (Kktc), 3 - 05 Eylül 2008, ss.47-60, (Tam Metin Bildiri)

XII. **Marka Bilinirliği Yüksek Olan İşletmelerin Pazarlama Departmanlarında Yedekleme**
YÜCEL D., BAŞCI A.
16. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Antalya, Türkiye, 16 - 18 Mayıs 2008, ss.260-262, (Özet Bildiri)

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, Türkiye, 14 - 16 Mayıs 2008, cilt.1, ss.313-333, (Tam Metin Bildiri)

XIV. **Şehir Markası Yaratma Süreci ve İstanbul Şehir Markası İçin Bir Model Önerisi**
BAŞCI A.
4. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Antalya, Türkiye, 23 - 27 Nisan 2008, ss.965, (Özet Bildiri)

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 Ekim 2006, (Tam Metin Bildiri)

XVI. **Marketing Problems of Turkish Cinema Films and a Case Study**
TIĞLI M., BAŞCI A.
New Media and Interactiviy International Conference, İstanbul, Türkiye, 1 - 03 Kasım 2006, ss.494-501, (Tam Metin Bildiri)

Metrikler

Yayın: 21