

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 Information

Undergraduate, Anadolu University, Department Of Sogiology, 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 (YI) (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 (YI) (Tezli), 2006

Research Areas

Management, Marketing, Strategic Marketing and Brand Management

Academic Titles / Tasks

Assistant Professor, Marmara University, Faculty Of Business Administration, Business Administration, 2017 - Continues

Lecturer PhD, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2014 - 2017

Lecturer PhD, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2012 - 2013

Lecturer, Marmara University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Business Administration, 2011 - 2012

Lecturer, Marmara University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Business Administration, 2006 - 2011

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, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2015 - 2016

Marmara University, Institute of Social Sciences, İşletme (YI), 2015 - 2016

Courses

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

Advising Theses

Başcı A., The role of interactivity in augmented reality on purchase intention, Postgraduate, İ.MUSTAFA(Student), 2024

Başcı A., Effects of sales promotion activities on intent to purchase private label products, Postgraduate, Ö.FARUK(Student), 2023

Başcı A., Factors affecting consumers choice of crypto currency exchanges, Postgraduate, D.SERBEST(Student), 2023

Başcı A., Factors affecting consumers' intention to purchase green products, Postgraduate, Y.BÜŞRA(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 logosunun müşteri bağlılığına ve satın alma niyetine etkisi : hazır giyim sektöründe bir araştırma, Postgraduate, Ö.Şeyma(Student), 2019

BAŞCI A., Marka kişiliği ve tüketici etnosentrizmi arasındaki ilişki: hızlı tüketim sektörü üzerine bir araştırma, Postgraduate, E.Cömert(Student), 2019

Başcı A., Popüler kültür ile tüketim kültürü ilişkisi üzerine bir araştırma, Postgraduate, H.ÇAMLİBEL(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., Sivil toplum kuruluşlarında gönüllü motivasyonu : Genç Kızılay örneği, Postgraduate, A.Muştu(Student), 2019

BAŞCI A., Marka deneyiminin sadakat üzerindeki etkisi : havacılık sektöründe bir araştırma, Postgraduate, Y.Aşık(Student), 2019

BAŞCI A., Çocukların marka algılamaları ve özel yetenekli çocukların marka algılamaları üzerine bir çalışma, Postgraduate, A.Yaşar(Student), 2019

BAŞCI A., İçsel pazarlama uygulamalarının iç müşteri tatmini üzerindeki etkisi, Postgraduate, A.Solmaz(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.İŞİKAY(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 Published in Other Journals

- 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 (Peer-Reviewed Journal)
- 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 & Book Chapters

- I. **The Effect of Country of Origin on Brand Preferences in Turkey**
TIĞLI 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

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **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
- II. **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
- III. **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
- IV. **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
- V. **Effects of Zero Moment of Truth on Consumer Buying Decision An Exploratory Research in Turkey**
ERTEMEL A. V., BAŞCI A.
International Conference on Social Sciences and Education Research, Antalya, Turkey, 29 - 31 October 2015
- 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. Is Beauty Only Brand Deep

CELİK ELMER C., BAŞCI A., CİNTAMÜR İ. G.

2012 LCBR European Marketing Conference, Munich, Germany, 9 - 10 August 2012

VIII. Corporate Social Responsibility and Branding

KARAOŞMAN 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

IX. 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

X. Türkiye de Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına ve Sosyal Açidan Sorumlu Şirketlere Karşı Tutumu

USLU A., BAŞCI A., GAMBAROV V. A.

Muhan Soysal İşletmecilik Konferansı, Cyprus (Kktc), 3 - 05 September 2008, pp.47-60

XI. 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

XII. 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

XIII. 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

XIV. 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

XV. 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

Metrics

Publication: 20