

Prof. MEHMET TIĞLI

Personal Information

Email: mtigli@marmara.edu.tr

Web: <https://avesis.marmara.edu.tr/mtigli>

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-0740-0950

Yoksis Researcher ID: 51099

Education Information

Doctorate, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, Turkey 1993 - 1998

Postgraduate, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, Turkey 1991 - 1993

Undergraduate, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, Turkey 1987 - 1993

Dissertations

Doctorate, : Uluslararası Reklamcılıkta Standardizasyon Yaklaşımı ve Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi, Faculty of Business Administration, Business Administration, 1998

Postgraduate, Reklam Kampanyaları Çerçevesinde Medya Planlarının Geliştirilmesi, Marmara Üniversitesi, Faculty of Business Administration, Business Administration, 1993

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management

Academic Titles / Tasks

Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2012 - Continues

Associate Professor, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2005 - 2012

Lecturer, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 1998 - 2000

Research Assistant, Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 1993 - 1998

Academic and Administrative Experience

Marmara University, Faculty of Business Administration, Business Administration, 2006 - 2009

Advising Theses

TIĞLI M., Alışveriş merkezlerine yönelik tüketicilerin sadakatinde etkili olan faktörler üzerine bir çalışma, Doctorate, C.Gökmen(Student), 2019

TIĞLI M., Marka deneyiminin marka sevgisi ve marka güveni üzerine etkisi, Postgraduate, Z.Yardım(Student), 2019

TIĞLI M., Bankalarda hizmet pazarlaması ve alternatif dağıtım kanallarından olan internet bankacılığı ile mobil bankacılığın gelişiminin finansal hizmet pazarlamasına etkisi, Postgraduate, İ.Karakuşla(Student), 2019

TIĞLI M., Tüketici boykotlarına katılım tutumunu etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma, Doctorate, A.Akpolat(Student), 2017

TIĞLI M., Ülke imajı, ülke denkliği ve turistik destinasyon seçimi arasındaki ilişki: İskandinav ülkelerinde Türkiye üzerine bir araştırma, Doctorate, E.Demir(Student), 2016

TIĞLI M., Tüketici karar verme envanterinde cinsiyet farklılığı: akıllı telefon satın alımında bir uygulama, Postgraduate, D.Yalçın(Student), 2016

TIĞLI M., Mağaza yeri faktörlerinin yetkili bayi satış performansı üzerindeki etkileri : dayanıklı tüketim sektöründe bir uygulama, Doctorate, F.Tuğba(Student), 2015

TIĞLI M., Online anlık satın alma davranışını etkileyen faktörlerin pişmanlık ve tatmin üzerindeki etkisinde marka bilinirliği ve marka sadakatinin aracı rolü, Doctorate, M.Kaytaç(Student), 2014

TIĞLI M., Bir online perakendecilik yöntemi olarak "özel alışveriş sitesi" iş modeline yönelik tüketici algıları ve satın alma davranışları, Doctorate, B.İnci(Student), 2014

TIĞLI M., Sağlık kurumlarında akreditasyon, Postgraduate, S.ATABEK(Student), 2014

TIĞLI M., İstanbul Dr Lütfi Kırdar Eğitim ve Arastırma Hastanesinde çalışan sağlık personellerinin (hemşire, ebe, sağlık memuru ve acil tıp teknisyeni) depresyon ve tükenmişlik düzeyinin değerlendirilmesi, Postgraduate, G.YAKIN(Student), 2014

TIĞLI M., Yeni ürün geliştirme sürecine kitlesel kişiselleştirme yaklaşımının etkisi, Postgraduate, T.Mustafa(Student), 2014

TIĞLI M., Serbest muhasebeci mali müşavirlik hizmetlerinde müşteri ilişkileri yönetimi ve bir uygulama, Postgraduate, İ.Eskişekerci(Student), 2011

TIĞLI M., Mikro ve makro pazarlama çevresi faktörlerinin kooperatifler üzerindeki etkileri, Postgraduate, İ.Göktaş(Student), 2011

TIĞLI M., Konut yapı kooperatiflerinde ödemelerin yapılandırılması, Postgraduate, M.Murat(Student), 2010

TIĞLI M., TV reklamlarının tüketici satın alma karar sürecine etkileri, Postgraduate, Ü.Asım(Student), 2010

TIĞLI M., Türkiye'deki kooperatiflerin lojistik faaliyetleri: Nakliye kooperatiflerinin incelenmesi, Postgraduate, E.Nebiler(Student), 2010

TIĞLI M., Halkla ilişkiler açısından kooperatiflerle kar amacı gütmeyen diğer işletmelerin karşılaştırılması, Postgraduate, N.Beykal(Student), 2010

TIĞLI M., Eğlence yönlü etkinliklerin müşteri sadakati yaratmada etkisi ve bir uygulama, Postgraduate, D.Kurtuldu(Student), 2009

TIĞLI M., Perakende gıda satışı yapan küçük işletme örneği olarak bakkalların pazarlama sorunları ve kooperatifçi çözüm önerisi, Postgraduate, M.Suyabatmaz(Student), 2009

TIĞLI M., Lojistik yönetimi çerçevesinde 6 sigma modelinin taşıma kooperatiflerine uyarlanması, Postgraduate, S.Pense(Student), 2009

TIĞLI M., Uluslar arası satın alma ve birleşmelerden sonra marka imajında gerçekleşen değişimler, Doctorate, İ.Kardeş(Student), 2009

TIĞLI M., Konut yapı kooperatiflerinde fiyatlandırma stratejileri, O.Tekgöz(Student), 2009

TIĞLI M., A qualitative research on the corporate identity of Marmara University, in terms of integrated marketing communications and a detailed example to its application, Postgraduate, Z.Seden(Student), 2009

TIĞLI M., Kooperatiflerde marka yönetimi, Postgraduate, Y.Kösem(Student), 2008

TIĞLI M., Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler faaliyetleri ve bir uygulama (Çanakkale Belediyesi örneği), Doctorate, M.Karadeniz(Student), 2008

TIĞLI M., Konut kooperatiflerinde pazarlama sorunları ve İstanbul ilinde bir uygulama, Postgraduate, M.Kemal(Student), 2008

TIĞLI M., Reklam müziğinin marka kişiliği oluşumuna katkısı bir araştırma, Doctorate, S.Akgün(Student), 2008

TIĞLI M., Avrupa Birliği olgusunun Türkiye'deki reklamlara yansımaları ve bir uygulama, Postgraduate, D.Topaloğlu(Student), 2007

TIĞLI M., Ambalaja yönelik tüketici tutumları ve bir uygulama, Postgraduate, M.Ekim(Student), 2007

TIĞLI M., Radyo reklamlarının etkinliği ve bir uygulama, Postgraduate, E.Çınar(Student), 2007

TIĞLI M., Müşteri sadakati sağlamada araçsal bir yöntem olarak şikayet yönetimi, Postgraduate, E.Köse(Student), 2007

TIĞLI M., İşletmelerde rekabet üstünlüğü yaratma açısından değer temelli pazarlamada ilişkisel pazarlamanın incelenmesi ve bir uygulama, Postgraduate, Y.Duman(Student), 2007

TIĞLI M., Profesyonel futbol kulüplerinde marka değeri kavramı ve marka çağrışımlarının önemi, bir uygulama, Postgraduate, E.Bölükbaşı(Student), 2006

TIĞLI M., ERP sistemlerinin seçim ve kurulum prosesi ve bir uygulama, Postgraduate, Ş.Özbir(Student), 2006

TIĞLI M., Hofstede'nin kültürel boyutları ve bir uygulama, Postgraduate, D.Ayğın(Student), 2005

TIĞLI M., Pazarlamada taklit ürünler ve bir uygulama, Postgraduate, S.Anlar(Student), 2005

TIĞLI M., Halkla ilişkilerin internette kullanımı ve bir uygulama, Postgraduate, B.Arslan(Student), 2005

TIĞLI M., Turizm pazarlaması çerçevesinde tutundurma faaliyetleri ve tatil köyleri üzerinde bir uygulama, Postgraduate, C.Erdaş(Student), 2005

TIĞLI M., Pazarlama yönetimi açısından lojistik faaliyetleri kapsamında KKK'lığı kodlandırma faaliyetlerinin yeterliliği ve kodlandırma sisteminin daha etkin hale getirilmesine ait bir inceleme, Postgraduate, İ.Ufuk(Student), 2004

TIĞLI M., Reklam kampanyalarının planlanmasında satış noktasında reklamın önemi ve bir uygulama, Postgraduate, G.Öncü(Student), 2004

TIĞLI M., Ekonomik entegrasyon hareketleri çerçevesinde Türkiye-Avrupa Birliği bütünleşmesi ve bir uygulama, Postgraduate, A.Kabakdelen(Student), 2003

TIĞLI M., Politik pazarlama iletişimi, Postgraduate, N.Ahmedova(Student), 2003

TIĞLI M., İnternet ortamında emlak hizmetlerinin pazarlanması, Postgraduate, C.Bilgin(Student), 2003

TIĞLI M., Uluslararası pazarlara giriş stratejileri ve bir uygulama, Postgraduate, A.Abilkhanov(Student), 2003

TIĞLI M., Hizmet sektöründe kalite ve müşterilerin algılanan hizmet kalitesi yargılarının ölçümü üzerine bir uygulama, Postgraduate, E.Akça(Student), 2003

Articles Published in Other Journals

- I. **Akıllı Telefon Satın Alımında Tüketici Karar Verme Envanteri**
TIĞLI M., YALÇIN D.
Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.5, no.2, pp.50-85, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **A Knowledge Based Cost Relationship Between the Environmental Accounting Information and Environmental Marketing Information Systems in the Companies. Importance of Communication. A Case Study**
TIĞLI M., GÖKDENİZ A. Ü., PİRTİNİ S.
Academy of Economic Studies in Bucharest, Accounting and Management Information Systems, no.26, pp.22-42, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Tüketicilerin Satın Alma Davranışında Marka Bağlılığının Etkisi ve Küçük Ev Aletlerinin Satın Alınmasında Dikey ve Yatay Marka Bağlılığının Etkisinin Test Edilmesine İlişkin Bir Saha Çalışması**
TIĞLI M., ERDİL T. S.
T.C. Marmara Ün. S.B.E. Hakemli Dergisi-Öneri, 2004 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Marka Kişiliği**
TIĞLI M.
T.C. Marmara Ün. S.B.E. Hakemli Dergisi-Öneri, no.20, pp.67-72, 2003 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Özellikli (Lüks) Tüketim Ürünlerinde Enderlik Prensibi ve Bir Uygulama**
TIĞLI M.
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, no.5, pp.21-37, 2003 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Kurum İmajı Kavramı ve Sembolik Analoji Tekniği Yoluyla Marmara Üniversitesi'nin Kurum İmajının Belirlenmesine İlişkin Bir Uygulama**
TIĞLI M.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.18, no.1, pp.245-256, 2003 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Kalitatif Bir Pazarlama Araştırma Yöntemi: ZMET (Zaltman Metafor Çıkarım Tekniği)**

TIĞLI M.

CONNECTIST-ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF COMMUNICATION SCIENCES, no.17, pp.297-306, 2003 (ESCI)

VIII. **Bilinçaltı Reklamcılık**

TIĞLI M.

CONNECTIST-ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF COMMUNICATION SCIENCES, no.15, 2002 (ESCI)

IX. **Sosyal Pazarlama Çerçevesinde Türkiye'deki AIDS'le Mücadele Konulu Reklamların İçerik Analizi**

TIĞLI M.

T.C. Marmara Ün. S.B.E. Hakemli Dergisi-Öneri, no.17, pp.93-98, 2002 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Pazarlama İletişiminde Değer Yaratma Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar**
PİRTİNİ S., ONURLU Ö., TIĞLI M.
in: Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 1 Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler, Can Bilgili, Gülüm Şener, Editor, Grafik Tasarım Yayıncılık Sanayii Limited Şirketi, İstanbul, pp.203-212, 2013
- II. **Değer Yaratıcı Unsurlar ve Pazarlama Performansı Açısından Entellektüel Sermayenin Maddi Varlıklara Dönüştürülmesi: Kavramsal Bir Çerçeve**
PİRTİNİ S., ONURLU Ö., TIĞLI M.
in: Pazarlama İşletme Yönetimi ve Eğitiminde Seçilmiş Yazılar, Nimet Uray, Şebnem Burnaz, Elif Karaosmanoğlu, A. Banu Elmadağ Baş, Gonca Ulubaşoğlu, Canan Aktan, Melek Demiray, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, pp.187-206, 2011
- III. **Pazarlama İletişiminde Şöhret Figürü**
TIĞLI M.
Beta Yayınları, İstanbul, 2010
- IV. **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
- V. **Bir Aktör Olarak Markalar: Ürün Yerleştirme**
TIĞLI M.
Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2004

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Seçmenlerin 2009 Yerel Seçimlerine Yönelik Algısal Çağrışımları ve Öneriler**
TIĞLI M., YALÇIN F. A., ÖZYER AKSOY Y.
Uluslararası Davraz Kongresi, Süleyman Demirel Üniversitesi, 24 - 27 September 2009
- II. **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
- III. **A Qualitative Research On Consumer Perceptions of Two Visual Components Of Brands Namely Logos and Mascots**
TIĞLI M., ONURLU Ö., PİRTİNİ S.
Yeditepe International Research Conference on Business Strategies, İstanbul, Turkey, 13 June - 15 August 2008, pp.723-737
- IV. **The Effect of Country of Origin on Brand Preferences in Turkey**
TIĞLI M., ERDEM Ş., BAŞCI A.
, International Conference on Communication, Mass Media Culture, Bahçeşehir University and Kent State

University, 5 - 07 October 2006

V. 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

VI. A Critical Approach to the Quiz Shows on TV and Corporate Image

TIĞLI M., AYDOĞAN BOSCHELE F., TOSUN N. Z.

), 2nd International Symposium Communication in the Millennium, 17 - 19 March 2004

Metrics

Publication: 23