

Prof. Dr. MEHMET TIĞLI

Kişisel Bilgiler

E-posta: mtigli@marmara.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-0740-0950

Yoksis Araştırmacı ID: 51099

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1993 - 1998

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1991 - 1993

Lisans, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1987 - 1993

Yaptığı Tezler

Doktora, : Uluslararası Reklamcılıkta Standardizasyon Yaklaşımı ve Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 1998

Yüksek Lisans, Reklam Kampanyaları Çerçevesinde Medya Planlarının Geliştirilmesi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 1993

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2005 - 2012

Öğretim Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 1998 - 2000

Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 1993 - 1998

Akademik İdari Deneyim

Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2006 - 2009

Yönetilen Tezler

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

TIĞLI M., Bankalarda hizmet pazarlaması ve alternatif dağıtım kanallarından olan internet bankacılığı ile mobil

bankacılığın gelişiminin finansal hizmet pazarlamasına etkisi, Yüksek Lisans, İ.Karakışla(Öğrenci), 2019

TIĞLI M., Marka deneyiminin marka sevgisi ve marka güveni üzerine etkisi, Yüksek Lisans, Z.Yardım(Öğrenci), 2019

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

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

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

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

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

TIĞLI M., Sağlık kurumlarında akreditasyon, Yüksek Lisans, S.ATABEK(Öğrenci), 2014

TIĞLI M., Yeni ürün geliştirme sürecine kitlesel kişiselleştirme yaklaşımının etkisi, Yüksek Lisans, T.Mustafa(Öğrenci), 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, Yüksek Lisans, G.YAKIN(Öğrenci), 2014

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

TIĞLI M., Mikro ve makro pazarlama çevresi faktörlerinin kooperatifler üzerindeki etkileri, Yüksek Lisans, İ.Göktaş(Öğrenci), 2011

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

TIĞLI M., Halkla ilişkiler açısından kooperatiflerle kar amacı gütmeyen diğer işletmelerin karşılaştırılması, Yüksek Lisans, N.Beykal(Öğrenci), 2010

TIĞLI M., Türkiye'deki kooperatiflerin lojistik faaliyetleri: Nakliye kooperatiflerinin incelenmesi, Yüksek Lisans, E.Nebiler(Öğrenci), 2010

TIĞLI M., Konut yapı kooperatiflerinde ödemelerin yapılandırılması, Yüksek Lisans, M.Murat(Öğrenci), 2010

TIĞLI M., TV reklamlarının tüketici satın alma karar sürecine etkileri, Yüksek Lisans, Ü.Asım(Öğrenci), 2010

TIĞLI M., Konut yapı kooperatiflerinde fiyatlandırma stratejileri, O.Tekgöz(Öğrenci), 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, Yüksek Lisans, Z.Seden(Öğrenci), 2009

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

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

TIĞLI M., Eğlence yönlü etkinliklerin müşteri sadakati yaratmada etkisi ve bir uygulama, Yüksek Lisans, D.Kurtuldu(Öğrenci), 2009

TIĞLI M., Lojistik yönetimi çerçevesinde 6 sigma modelinin taşıma kooperatiflerine uyarlanması, Yüksek Lisans, S.Pense(Öğrenci), 2009

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

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

TIĞLI M., Konut kooperatiflerinde pazarlama sorunları ve İstanbul ilinde bir uygulama, Yüksek Lisans, M.Kemal(Öğrenci), 2008

TIĞLI M., Kooperatiflerde marka yönetimi, Yüksek Lisans, Y.Kösem(Öğrenci), 2008

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

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

- TIĞLI M., Radyo reklamlarının etkinliği ve bir uygulama, Yüksek Lisans, E.Çınar(Öğrenci), 2007
- TIĞLI M., Ambalaja yönelik tüketici tutumları ve bir uygulama, Yüksek Lisans, M.Ekim(Öğrenci), 2007
- TIĞLI M., Müşteri sadakati sağlamada araçsal bir yöntem olarak şikayet yönetimi, Yüksek Lisans, E.Köse(Öğrenci), 2007
- TIĞLI M., Profesyonel futbol kulüplerinde marka değeri kavramı ve marka çağrışımlarının önemi, bir uygulama, Yüksek Lisans, E.Bölükbaşı(Öğrenci), 2006
- TIĞLI M., ERP sistemlerinin seçim ve kurulum prosesi ve bir uygulama, Yüksek Lisans, Ş.Özbir(Öğrenci), 2006
- TIĞLI M., Halkla ilişkilerin internette kullanımı ve bir uygulama, Yüksek Lisans, B.Arslan(Öğrenci), 2005
- TIĞLI M., Pazarlamada taklit ürünler ve bir uygulama, Yüksek Lisans, S.Anlar(Öğrenci), 2005
- TIĞLI M., Hofstede'nin kültürel boyutları ve bir uygulama, Yüksek Lisans, D.Ayğan(Öğrenci), 2005
- TIĞLI M., Turizm pazarlaması çerçevesinde tutundurma faaliyetleri ve tatil köyleri üzerinde bir uygulama, Yüksek Lisans, C.Erdaş(Öğrenci), 2005
- TIĞLI M., Reklam kampanyalarının planlanmasında satış noktasında reklamın önemi ve bir uygulama, Yüksek Lisans, G.Öncü(Öğrenci), 2004
- TIĞLI M., Pazarlama yönetimi açısından lojistik faaliyetleri kapsamında KKK'lığı kodlandırma faaliyetlerinin yeterliliği ve kodlandırma sisteminin daha etkin hale getirilmesine ait bir inceleme, Yüksek Lisans, İ.Ufuk(Öğrenci), 2004
- TIĞLI M., Ekonomik entegrasyon hareketleri çerçevesinde Türkiye-Avrupa Birliği bütünleşmesi ve bir uygulama, Yüksek Lisans, A.Kabakdelen(Öğrenci), 2003
- TIĞLI M., Hizmet sektöründe kalite ve müşterilerin algılanan hizmet kalitesi yargılarının ölçümü üzerine bir uygulama, Yüksek Lisans, E.Akça(Öğrenci), 2003
- TIĞLI M., İnternet ortamında emlak hizmetlerinin pazarlanması, Yüksek Lisans, C.Bilgin(Öğrenci), 2003
- TIĞLI M., Uluslararası pazarlara giriş stratejileri ve bir uygulama, Yüksek Lisans, A.Abilkhanov(Öğrenci), 2003
- TIĞLI M., Politik pazarlama iletişimi, Yüksek Lisans, N.Ahmedova(Öğrenci), 2003

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Kurumsal sosyal sorumluluk algısının marka vefasına etkisinde marka aşkının aracılık rolü**
ANIK E., TIĞLI M.
Business and Management Studies: An International Journal, cilt.12, sa.1, ss.161-175, 2024 (Hakemli Dergi)
- II. **Akıllı Telefon Satın Alımında Tüketici Karar Verme Envanteri**
TIĞLI M., YALÇIN D.
Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.50-85, 2018 (Hakemli Dergi)
- III. **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, sa.26, ss.22-42, 2008 (Hakemli Dergi)
- IV. **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 (Hakemli Dergi)
- V. **Marka Kişiliği**
TIĞLI M.
T.C. Marmara Ün. S.B.E. Hakemli Dergisi-Öneri, sa.20, ss.67-72, 2003 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.18, sa.1, ss.245-256, 2003 (Hakemli Dergi)
- VII. **Özellikli (Lüks) Tüketim Ürünlerinde Enderlik Prensibi ve Bir Uygulama**
TIĞLI M.

Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sa.5, ss.21-37, 2003 (Hakemli Dergi)

- VIII. **Kalitatif Bir Pazarlama Araştırma Yöntemi: ZMET (Zaltman Metafor Çıkarım Tekniği)**
TIĞLI M.
CONNECTIST-ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF COMMUNICATION SCIENCES, sa.17, ss.297-306, 2003 (ESCI)
- IX. **Bilinçaltı Reklamcılık**
TIĞLI M.
CONNECTIST-ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF COMMUNICATION SCIENCES, sa.15, 2002 (ESCI)
- X. **Sosyal Pazarlama Çerçevesinde Türkiye'deki AIDS'le Mücadele Konulu Reklamların İçerik Analizi**
TIĞLI M.
T.C. Marmara Üniv. S.B.E. Hakemli Dergisi-Öneri, sa.17, ss.93-98, 2002 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Pazarlama İletişiminde Değer Yaratma Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar**
PİRTİNİ S., ONURLU Ö., TIĞLI M.
Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 1 Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler, Can Bilgili, Gülüm Şener, Editör, Grafik Tasarım Yayıncılık Sanayii Limited Şirketi, İstanbul, ss.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.
Pazarlama İşletme Yönetimi ve Eğitiminde Seçilmiş Yazılar, Nimet Uray, Şebnem Burnaz, Elif Karaosmanoğlu, A. Banu Elmadağ Baş, Gonca Ulubaşoğlu, Canan Aktan, Melek Demiray, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, ss.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.
Freedom and Prejudice Approaches to Media and Culture, Süheyla Kırca Schroeder, LuEtt Hanson, Editör, Bahçeşehir University Press, İstanbul, ss.323-346, 2008
- V. **Bir Aktör Olarak Markalar: Ürün Yerleştirme**
TIĞLI M.
Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2004

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- 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 Eylül 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, Türkiye, 5 - 07 Ekim 2006, ss.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, Türkiye, 13 Haziran - 15 Ağustos 2008, ss.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 MediaCulture, Bahçeşehir University and Kent State University, 5 - 07 Ekim 2006

V. 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

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 Mart 2004

Metrikler

Yayın: 24