

Dr. Öğr. Üyesi MUSTAFA KAPLAN

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 286 218 0018](tel:+902862180018) Dahili: 2861

E-posta: mustafakaplan@comu.edu.tr

Web: <https://avesis.comu.edu.tr/1155>

Posta Adresi: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Terzioğlu Yerleşkesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Kat:1 No: 109

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-5205-2123

Yoksis Araştırmacı ID: 26459

Eğitim Bilgileri

Doktora, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Türkiye 2013 - 2018

Yüksek Lisans, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Türkiye 2011 - 2013

Yaptığı Tezler

Doktora, Sosyal Pazarlama Faaliyetlerinin Gönüllülük Davranışlarına Etkisi: Türk Kızılayı ve Kan Bağışı Üzerine Bir Araştırma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, 2018

Yüksek Lisans, İhracat Performansına Etki Eden Faktörler ve Pazarlama Planlama Yeteneği ile İhracat Performansı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, 2013

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme, 2019 - Devam Ediyor

Akademik İdari Deneyim

Bölüm Başkan Yardımcısı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme, 2021 - Devam Ediyor

Yönetilen Tezler

Kaplan M., Turizm Sektörü Yöneticilerinin İnovasyon Algıları ve Pazar Rekabetçiliklerinin İnovasyon Performansı ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri: Çanakkale Örneği, Yüksek Lisans, H.İZMİRLİOĞLU(Öğrenci), 2024

Kaplan M., ÇEVİRİMİÇİ İKİNCİ EL PAZARYERLERİNDE MARKA BAĞLILIĞININ SATIN ALMA NİYETİ ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans, O.GÜR(Öğrenci), 2024

Kaplan M., Sosyal medya pazarlaması çerçevesinde fenomenlerin tüketici satın alma davranışlarına etkisi: Instagram

Diđer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Tüketicilerin Alışveriş Merkezlerini Tercih Etme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: Çanakkale Örneği**
GÜLTEKİN Y., KAPLAN M.
Yönetim Bilimleri Dergisi, cilt.19, sa.39, ss.95-114, 2021 (Hakemli Dergi)
- II. **Sosyal Pazarlama ve Gönüllülük: Kan Bağışı Üzerine Bir Araştırma**
Kaplan M.
Journal of Business Research - Turk, cilt.12, sa.4, ss.3291-3309, 2020 (Hakemli Dergi)
- III. **Dijital Bankacılık Kullanım Niyetine Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma**
Kaplan M., Korkmaz C. İ.
Management and Political Sciences Review, cilt.2, sa.2, ss.69-85, 2020 (Hakemli Dergi)
- IV. **Tüketicilerin Helal Ürün Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma**
Kaplan M., Gezen A.
Türk İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi /The Journal of Turk Islam World Social Studies, cilt.4, sa.14, ss.319-330, 2017 (Hakemli Dergi)
- V. **Firmanın İhracat Yetkinliklerinin İhracat Performansına Etkisi**
KAPLAN M., EREN S. S.
Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.29, sa.2, ss.1-31, 2014 (Hakemli Dergi)
- VI. **KURUMSAL YETKİNLİKLERİN ÖRGÜTSEL PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ ÜRETİM FİRMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
EREN M. Ő., KAPLAN M.
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sa.40, ss.175-192, 2014 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **TEKNOLOJİK DÖNÜŐÜM, İŞLETME ve EKONOMİ**
Kıray A. (Editör), Kaplan M. (Editör)
Ekin Yayınevi, Bursa, 2022
- II. **SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI**
KAPLAN M.
STRATEJİK SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI, , Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ő., ss.17-32, 2022
- III. **DİJİTAL DÖNÜŐÜM VE PAZARLAMA**
KAPLAN M.
Stratejik Dijital Pazarlaması, , Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ő., ss.1-18, 2021

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Brand Perception in Second-Hand Online Trade**
Gür O., Kaplan M.
6th International Congress of Human Studies , 10 - 12 Aralık 2023, ss.15
- II. **The Impact of Innovation Perceptions and Market Competitiveness of Tourism Sector Managers on Innovation Performance and Business Performance: The Example of Çanakkale**
İzmirlioğlu H., Kaplan M.
6th International Congress of Human Studies , 10 - 12 Aralık 2023, ss.16
- III. **SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI ÇERÇEVESİNDE TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŐLARININ İNCELENMESİ: ÇANAKKALE ÖRNEĞİ**

Üreşen D., Kaplan M.

9TH INTERNATIONAL "BAŞKENT" CONGRESS ON HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES , Ankara, Türkiye, 20 - 23 Mayıs 2023, ss.254-255

IV. YEŞİL PAZARLAMANIN TÜKETİCİ SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ: STARBUCKS ÖRNEĞİ

Turna G., Kaplan M.

6. LİSANSÜSTÜ İŞLETME ÖĞRENCİLERİ SEMPOZYUMU, Erzurum, Türkiye, 8 - 10 Eylül 2022, ss.28-30

V. Öğrencilerin Satış Mesleğini Seçme Niyetini Etkileyen Faktörler: Meslek Yüksek Okulu Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma

HACIOĞLU G., KAPLAN M., AYAS N.

VI. International Vocational Schools Symposium, Saray Bosna, Bosna-Hersek, 18 - 20 Mayıs 2017, ss.1-10

VI. Dindarlık ile Tüketicilerin Karar Verme Tarzları İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

KAPLAN M.

VI. International Vocational Schools Symposium, Saraybosna, Bosna-Hersek, 18 - 20 Mayıs 2017, ss.357-365

VII. Willingness to buy foreign products in relation to ethnocentric tendencies and worldminded attitudes of consumers

Topçu U. C., Kaplan M.

11th International Strategic Management Conference, Vienna, Avusturya, 23 - 25 Temmuz 2015, cilt.207, ss.157-164

Metrikler

Yayın: 26

Atıf (WoS): 6

Atıf (Scopus): 8

H-İndeks (WoS): 1

H-İndeks (Scopus): 1