

Prof. Aysel ERCİŞ

Personal Information

Web: <https://avesis.atauni.edu.tr/ayselercis>

International Researcher IDs

ScholarID: _kSc71gAAAAJ

ORCID: 0000-0002-9835-8574

Yoksis Researcher ID: 4613

Education Information

Doctorate, Ataturk University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Turkey 1972 - 1981

Undergraduate, Ataturk University, İİBF, İşletme, Turkey 1972 - 1976

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, Pazarlamada Fiyatlandırma ve Fiyat Politikası: Sümerbank Tekstil Kolunda Bir Uygulama, Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 1981

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing, Strategic Marketing and Brand Management

Academic Titles / Tasks

Professor, Ataturk University, İİBF, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 1994 - Continues

Associate Professor, Ataturk University, İİBF, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 1988 - 1994

Assistant Professor, Ataturk University, İİBF, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 1984 - 1988

Research Assistant, Ataturk University, İİBF, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 1981 - 1984

Academic and Administrative Experience

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 2018 - Continues

Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 1999 - 2001

Advising Theses

ERCİŞ A., Sosyal yenilikçiliğin ürün ilgilenimi üzerine etkisi (Çevreci tüketiciler ve çevre dostu ürünler üzerinde bir araştırma), Doctorate, T.Güven(Student), 2019

ERCİŞ A., Marka Konumlandırma Stratejilerinin, Marka kişiliği ve Marka İmajı Üzerindeki Etkisi, Doctorate, E.ÖZBEY(Student), 2018

ERCİŞ A., Firmalarda İnternet Pazarlaması ve Pazarlarının Büyümesi ile İlişkisi Üzerine Bir Model Önerisi, Doctorate, M.ZABANISHADBAD(Student), 2018

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **SELFLESS OR SKEPTICAL CONSUMER?**
ERCİŞ A., ÇELİK B.
JBEF, 2018 (SCI-Expanded)
- II. **Tersine Lojistik Kapsamında E-Atık Sorunu Çözümüne Yönelik Davranışsal Değişim Stratejilerinin Derecelendirilmesi**
TÜRK B., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.31, no.3, pp.793-818, 2017 (SSCI)
- III. **SOSYAL MEDYANIN MARKAYA YÖNELİK TUTUM VE SATIN ALMA NİYETİNE ETKİLERİ**
ERCİŞ A., YILDIZ T.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.31, no.2, pp.243-256, 2017 (SSCI)
- IV. **SOSYAL MEDYANIN MARKAYA YÖNELİK TUTUM VE SATIN ALMA NİYETİNE ETKİLERİ**
ERCİŞ A., YILDIZ T.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.31, no.2, pp.243-256, 2017 (SSCI)
- V. **TÜRKİYE'DE ÇEVRE POLİTİKASI VE ULUSLARARASI ÇEVRE SÖZLEŞMELERİ.**
TÜRK B., ERCİŞ A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ORAL SCIENCE, vol.54, pp.351-362, 2017 (SCI-Expanded)
- VI. **TÜRKİYE'DE ÇEVRE POLİTİKASI VE ULUSLARARASI ÇEVRE SÖZLEŞMELERİ.**
TÜRK B., ERCİŞ A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ORAL SCIENCE, vol.54, pp.351-362, 2017 (SCI-Expanded)
- VII. **İNDİRİM MARKETLERİNDE MÜŞTERİ DEĞERİNİN MÜŞTERİ TATMİNİ MÜŞTERİ SADAKATİ VE AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİME ETKİSİ**
ERCİŞ A., Dağcı Büyük H.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.30, no.3, pp.527-544, 2016 (SSCI)
- VIII. **İNDİRİM MARKETLERİNDE MÜŞTERİ DEĞERİNİN MÜŞTERİ TATMİNİ MÜŞTERİ SADAKATİ VE AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİME ETKİSİ**
ERCİŞ A., Dağcı Büyük H.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.30, no.3, pp.527-544, 2016 (SSCI)
- IX. **Ambalajlı Dondurma Sektöründe Marka Sadakatine Etki Eden Faktörler**
Dağcı Büyük H., ERCİŞ A., Türk B.
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.18, no.3, pp.275-292, 2014 (SSCI)
- X. **Ambalajlı Dondurma Sektöründe Marka Sadakatine Etki Eden Faktörler**
Dağcı Büyük H., ERCİŞ A., Türk B.
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.18, no.3, pp.275-292, 2014 (SSCI)
- XI. **KİŞİSEL DEĞERLER VE İÇSEL YENİLİKÇİLİK BOYUTLARI İLİŞKİSİNİN YAPISAL EŞİTLİK MODELİYLE İNCELENMESİ**
ERCİŞ A., Türk B.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.28, no.2, pp.75-88, 2014 (SSCI)
- XII. **KİŞİSEL DEĞERLER VE İÇSEL YENİLİKÇİLİK BOYUTLARI İLİŞKİSİNİN YAPISAL EŞİTLİK MODELİYLE İNCELENMESİ**
ERCİŞ A., Türk B.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.28, no.2, pp.75-88, 2014 (SSCI)

- XIII. **Kişisel Değerler İle Marka Değeri Arasındaki İlişkiler**
ERCİŞ A., YAPRAKLİ T. Ş., Can P., Yılmaz M.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.27, no.2, pp.21-41, 2013 (SSCI)
- XIV. **Analysing the relationship between consumption values and brand loyalty of young people A study on personal care products**
CANDAN F. B., ÜNAL S., ERCİŞ A.
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT, vol.1, pp.29-46, 2013 (SSCI)
- XV. **Analysing the relationship between consumption values and brand loyalty of young people A study on personal care products**
CANDAN F. B., ÜNAL S., ERCİŞ A.
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT, vol.1, pp.29-46, 2013 (SSCI)
- XVI. **Kanal Üyelerinin Ekonomik Sosyal Tatmin Güven ve Bağlılık İlişkisinin Belirlenmesi Doğu Anadolu Bölgesinde Beyaz Eşya Sektöründeki Bayiiler Üzerine Bir Araştırma**
Yılmaz M., ERCİŞ A., Ünal S.
Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, vol.65, no.2, pp.239-270, 2010 (SCI-Expanded)
- XVII. **Kanal Üyelerinin Ekonomik Sosyal Tatmin Güven ve Bağlılık İlişkisinin Belirlenmesi Doğu Anadolu Bölgesinde Beyaz Eşya Sektöründeki Bayiiler Üzerine Bir Araştırma**
Yılmaz M., ERCİŞ A., Ünal S.
Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, vol.65, no.2, pp.239-270, 2010 (SCI-Expanded)
- XVIII. **Kişilik Özellikleri ile Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma**
Deniz A., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.22, no.2, pp.301-330, 2008 (SSCI)
- XIX. **Kişilik Özellikleri ile Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma**
Deniz A., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.22, no.2, pp.301-330, 2008 (SSCI)
- XX. **Tüketicilerin Tercih Ettiği Süpermarkete Yönelik Algıları Tatmin Duyguları Ve Bağlılıkları Arasındaki Farklılıkların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Ünal S., Yılmaz M.
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.17, no.2, pp.97-114, 2008 (SCI-Expanded)
- XXI. **Tüketicilerin Tercih Ettiği Süpermarkete Yönelik Algıları Tatmin Duyguları Ve Bağlılıkları Arasındaki Farklılıkların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Ünal S., Yılmaz M.
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.17, no.2, pp.97-114, 2008 (SCI-Expanded)
- XXII. **Kişilik Özellikleri Hedonik ve Rasyonel Fayda Marka Duygusu Marka Bağlılığı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
Deniz A., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.22, no.2, pp.301-330, 2008 (SSCI)
- XXIII. **Kişilik Özellikleri Hedonik ve Rasyonel Fayda Marka Duygusu Marka Bağlılığı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
Deniz A., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.22, no.2, pp.301-330, 2008 (SSCI)
- XXIV. **Genç Pazarın Satın Alma Tarzlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma**
Ünal S., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.21, no.1, pp.321-336, 2007 (SSCI)
- XXV. **Yaşam Tarzlarının Satın Alma Karar Süreci Üzerindeki Rolü**
ERCİŞ A., Ünal S., Can P.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.21, no.2, pp.281-311, 2007 (SSCI)
- XXVI. **Yaşam Tarzlarının Satın Alma Karar Süreci Üzerindeki Rolü**
ERCİŞ A., Ünal S., Can P.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.21, no.2, pp.281-311, 2007 (SSCI)
- XXVII. **Genç Pazarın Satın Alma Tarzlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma**

- Ünal S., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.21, no.1, pp.321-336, 2007 (SSCI)
- XXVIII. **Pazarın Satın Alma Tarzlarına ve Kişisel Değerlerine Göre Bölümlendirilmesi**
Ünal S., ERCİŞ A.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.1, no.1, pp.15-32, 2006 (SCI-Expanded)
- XXIX. **Pazarın Satın Alma Tarzlarına ve Kişisel Değerlerine Göre Bölümlendirilmesi**
Ünal S., ERCİŞ A.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.1, no.1, pp.15-32, 2006 (SCI-Expanded)
- XXX. **). Banka Hizmetleri Satın Alan Tüketicileri Banka Özellikleri ve Hizmet Değişkenlerine Yönelik Tutumlarına Göre Alt Pazar Bölümlerine Ayırma Üzerine Erzurum da Bir Araştırma**
Ünal S., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.4, no.2, pp.287-304, 2004 (SSCI)
- XXXI. **). Banka Hizmetleri Satın Alan Tüketicileri Banka Özellikleri ve Hizmet Değişkenlerine Yönelik Tutumlarına Göre Alt Pazar Bölümlerine Ayırma Üzerine Erzurum da Bir Araştırma**
Ünal S., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.4, no.2, pp.287-304, 2004 (SSCI)
- XXXII. **Tüketicilerin Sümerbank Mamüllerini Tercihleri Üzerine Bir Saha Araştırması**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.10, no.1, pp.12-21, 1993 (SSCI)
- XXXIII. **Tüketicilerin Sümerbank Mamüllerini Tercihleri Üzerine Bir Saha Araştırması**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.10, no.1, pp.12-21, 1993 (SSCI)
- XXXIV. **Rus Pazarları**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.1, no.2, pp.12-21, 1993 (SSCI)
- XXXV. **Rus Pazarları**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.1, no.2, pp.12-21, 1993 (SSCI)
- XXXVI. **Genç pazarın banka hizmetlerini tercihleri üzerine bir saha araştırması**
Çınar R., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.9, pp.3-4, 1992 (SSCI)
- XXXVII. **Genç pazarın banka hizmetlerini tercihleri üzerine bir saha araştırması**
Çınar R., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.9, pp.3-4, 1992 (SSCI)
- XXXVIII. **Pazar Fırsat analizine SistematiK Bir Yaklaşım**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.6, no.3, pp.10-21, 1988 (SSCI)
- XXXIX. **Pazar Fırsat analizine SistematiK Bir Yaklaşım**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.6, no.3, pp.10-21, 1988 (SSCI)
- XL. **Pazarlama ve Toplum**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.7, no.2, pp.8-20, 1987 (SSCI)
- XLI. **Pazarlama ve Toplum**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.7, no.2, pp.8-20, 1987 (SSCI)
- XLII. **Pazarlamada Yönetim Bilimi**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.6, no.1, pp.20-35, 1983 (SSCI)
- XLIII. **Pazarlamada Yönetim Bilimi**
ERCİŞ A.

Articles Published in Other Journals

- I. **Consumer Well-being in Household Consumption Expenditures and the Effect of Consumer Spending Self-Control on Life Satisfaction**
AKBULUT DURSUN Ö., ERCİŞ A.
Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.24, no.2, pp.279-291, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Evaluation of Ethics Element in Purchasing Sustainable Clothing: A Research On Social Network Users**
Buyuk H. D., Unal S., Ercis A.
ESKİSEHİR OSMANGAZI UNIVERSİTESİ İİBF DERGİSİ-ESKİSEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, vol.15, no.3, pp.1159-1184, 2020 (ESCI)
- III. **INVESTIGATION OF CONSUMERS 'ORGANIC FOOD PURCHASES IN THE CONTEXT OF THE RELATIONSHIP OF PERSONAL VALUES AND INDIVIDUAL FACTORS**
Erciş A., Yıldız T., Deveci F. G.
MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, vol.7, no.2, pp.302-330, 2020 (ESCI)
- IV. **BENLİK-MARKA BAĞININ MARKA SADAKATİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE MARKA AŞKININ VE DENEYİMİNİN ARACILIK ROLÜ**
ERCİŞ A., AYKUT O. H., YILDIZ T.
RESEARCH JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT, vol.6, no.2, pp.137-148, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **THE INFLUENCE OF CUSTOMER VALUE AND SELF CONGRUITY ON EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT**
ERCİŞ A., YILDIZ T., TÜRK B.
Journal of Global Strategic Management, vol.12, pp.75-86, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **STUDY OF THE EFFECT OF CONSUMPTION VALUES ON THE ENVIRONMENTAL CONCERN IN TERMS OF PURCHASING BEHAVIOUR**
ERCİŞ A., YILDIZ T.
Journal of Global Strategic Management, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **IMPACT OF VALUE PERCEPTIONS ON LUXURY PURCHASE INTENTIONS: MODERATING ROLE OF CONSUMER KNOWLEDGE**
ERCİŞ A., ÇELİK B.
Procedia, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Relationship among Big Five Personality Traits, Compulsive Buying and Variety Seeking**
ERCİŞ A., ÜNALAN M.
Journal of Management, Marketing and Logistics, vol.4, pp.217-223, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **4A marketing mix impact on organic food purchase intention**
TÜRK B., ERCİŞ A.
Serbian Journal of Management, vol.1, pp.1, 2017 (Scopus)
- X. **4A marketing mix impact on organic food purchase intention**
TÜRK B., ERCİŞ A.
Serbian Journal of Management, vol.1, pp.1, 2017 (Scopus)
- XI. **TÜKETİCİ ETİĞİNİN YENİDEN SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN SUÇLULUK DUYGUSU BAĞLAMINDA İNCELENMESİ**
ERCİŞ A., ALTAY Ş., TÜRK B.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.31, pp.229-242, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Materialism and Its Associated Concepts**
TÜRK B., ERCİŞ A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ORGANIZATIONAL LEADERSHIP, vol.6, no.4, pp.444-455, 2017 (ESCI)
- XIII. **MARKA KİŞİLİĞİNİN MARKA SADAKATİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÜRÜN İLGİLENİMİNİN DÜZENLEYİCİ**

(MODERATÖR) ROLÜ

ERCİŞ A., ENGİN Y., TÜRK B.

Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, pp.45-58, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

XIV. Sosyal Medyanın Markaya Yönelik Tutum ve SatınAlma Niyetine Etkileri

ERCİŞ A., YILDIZ T.

Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.31, no.2, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

XV. Determining the influence of fanatical tendencies on consumption styles based on lifestyles

DEVECİ F. G., ERCİŞ A.

Marketing and Branding Research, vol.4, no.1, pp.33-49, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

XVI. KOLEKTİVİST KÜLTÜR YEŞİL TUTUM VE DAVRANIŞIN YEŞİL ÜRÜNLERE DAHA FAZLA ÖDEME İSTEĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

ERCİŞ A., KURNUÇ M., TÜRK B.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, pp.160-178, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

XVII. Etik Çerçevesinde Tüketim Tüketici ve Çevre Ekolojik Okuryazarlığın Moderatör Rolü

ERCİŞ A., Türk B.

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, vol.20, no.2, pp.1-24, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

XVIII. Innovation A Comparative Case Study of Turkey and South Korea

ERCİŞ A., ÜNALAN M.

Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

XIX. Etik Çerçevesinde Tüketim Tüketici ve Çevre Ekolojik Okuryazarlığın Moderatör Rolü

ERCİŞ A., Türk B.

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, vol.20, no.2, pp.1-24, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

XX. KURUMSAL MARKA İMAJININ KURUMSAL BAĞLILIĞA ETKİSİ UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA

ERCİŞ A., HARORLI E.

Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.30, no.3, pp.553-566, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

XXI. TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİNİN BOYUTLARI VE YENİLİKÇİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Deniz A., ERCİŞ A.

GAZİ ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, vol.7, no.14, pp.1-20, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

XXII. ÖLÜM KAYGISININ TÜKETİCİ TUTUMLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

ERCİŞ A., Kotan G., Türk B.

Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.1, no.23, pp.107-134, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

XXIII. TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİNİN BOYUTLARI VE YENİLİKÇİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Deniz A., ERCİŞ A.

GAZİ ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, vol.7, no.14, pp.1-20, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

XXIV. MARKA KONUMLANDIRMA VE TÜKETİCİLERİN MARKA KİŞİLİĞİ ALGILAMALARI ERZURUM DA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

ERCİŞ A., Çelebi Y.

Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, vol.9, no.45, pp.753-767, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

XXV. ÖLÜM KAYGISININ TÜKETİCİ TUTUMLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

ERCİŞ A., Kotan G., Türk B.

Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.1, no.23, pp.107-134, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

XXVI. MARKA KONUMLANDIRMA VE TÜKETİCİLERİN MARKA KİŞİLİĞİ ALGILAMALARI ERZURUM DA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

- ERCİŞ A., Çelebi Y.
Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, vol.9, no.45, pp.753-767, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVII. **Analysis of the World s Most Innovative Companies on the Basic of Industry 2005 2014**
ERCİŞ A., ÜNALAN M.
Procedia-Social and Behavioral Sciences, vol.195, pp.1081-1086, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVIII. **MODA ODAKLI İÇGÜDÜSEL SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER**
Tüfekçi İ., ERCİŞ A., Türk B.
Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.16, no.4, pp.587-606, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIX. **MODA ODAKLI İÇGÜDÜSEL SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER**
Tüfekçi İ., ERCİŞ A., Türk B.
Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.16, no.4, pp.587-606, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXX. **CUSTOMER LOVE A Research on the Ranking of Food Beverage Locations**
TÜRK B., ERCİŞ A.
Management & Marketing, vol.1, pp.1, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXI. **The Effect of Self Construal on Statue and Role Relaxed Consumption**
Başar E. E., ERCİŞ A.
Mediterranean Journal of Social Sciences, vol.6, pp.18-23, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXII. **The Effect of Self Construal on Statue and Role Relaxed Consumption**
Başar E. E., ERCİŞ A.
Mediterranean Journal of Social Sciences, vol.6, pp.18-23, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIII. **CUSTOMER LOVE A Research on the Ranking of Food Beverage Locations**
TÜRK B., ERCİŞ A.
Management & Marketing, vol.1, pp.1, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIV. **MOBİL VİRAL İLETİŞİMDE TUTUM NİYET VE DAVRANIŞLARI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ÖLÇÜLMESİ ERZURUM DA BİR ARAŞTIRMA**
ERCİŞ A., Aydın H.
Atatürk Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi, vol.1, pp.1-15, 2015 (Scopus)
- XXXV. **MOBİL VİRAL İLETİŞİMDE TUTUM NİYET VE DAVRANIŞLARI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ÖLÇÜLMESİ ERZURUM DA BİR ARAŞTIRMA**
ERCİŞ A., Aydın H.
Atatürk Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi, vol.1, pp.1-15, 2015 (Scopus)
- XXXVI. **Müşteri İlişkileri Yönetiminin İnovasyon Stratejilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Can P.
Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.19, pp.19-77, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXVII. **Müşteri İlişkileri Yönetiminin İnovasyon Stratejilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Can P.
Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.19, pp.19-77, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXVIII. **Influence of Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Relationship Quality The Case Study**
ERCİŞ A., Rasouli R.
Journal of American Science, vol.9, no.5, pp.12-21, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIX. **Influence of Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Relationship Quality The Case Study**
ERCİŞ A., Rasouli R.
Journal of American Science, vol.9, no.5, pp.12-21, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XL. **Tedarik Zinciri Yönetiminin İnovasyon Stratejilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Can P.
Karabuk University Journal of Institute of Social Sciences, vol.3, no.2, pp.1, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XLI. **Tedarik Zinciri Yönetiminin İnovasyon Stratejilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Can P.
Karabuk University Journal of Institute of Social Sciences, vol.3, no.2, pp.1, 2013 (Peer-Reviewed Journal)

- XLII. **Endüstriyel Pazarlarda Kişisel ve Kişisel Olmayan Bilgi Kaynaklarının Marka Değeri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi**
Yılmaz M., ERCİŞ A.
Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, vol.4, no.2, pp.27-44, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XLIII. **Endüstriyel Pazarlarda Kişisel ve Kişisel Olmayan Bilgi Kaynaklarının Marka Değeri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi**
Yılmaz M., ERCİŞ A.
Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, vol.4, no.2, pp.27-44, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XLIV. **Tüketicilerin Markaya İlişkin Hedonik ve Rasyonel Algılamalarının Marka Değeri Boyutlarına Etkisi**
ERCİŞ A., YAPRAKLİ T. Ş., Can P., Yılmaz M.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.4, pp.21-50, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XLV. **The Role Of Personality Traits in Status Consumption A Study into Domestic And Foreign Brands**
ERCİŞ A., BİLGİLİ B., ÜNAL S.
Journal of Global Strategic Management, vol.4, no.2, pp.17-33, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XLVI. **Determination of the Factors Affecting Supermarket Loyalty A Case Study of Erzurum Turkey**
ERCİŞ A., ÜNAL S., Yılmaz M.
Taiwan Journal of Applied Economics, vol.22, no.8, pp.167-200, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XLVII. **Determination of the Factors Affecting Supermarket Loyalty A Case Study of Erzurum Turkey**
ERCİŞ A., ÜNAL S., Yılmaz M.
Taiwan Journal of Applied Economics, vol.22, no.8, pp.167-200, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XLVIII. **Kişilik Özellikleri, Hedonik ve Rasyonel Fayda, Marka Duygusu ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
DENİZ A., ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.24, no.2, pp.141-165, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XLIX. **Gençlerin Kişisel Değerleri İle Satın Alma Tarzları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi**
ERCİŞ A., Ünal S.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.4, pp.29-44, 2009 (Peer-Reviewed Journal)
- L. **Gençlerin Kişisel Değerleri İle Satın Alma Tarzları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi**
ERCİŞ A., Ünal S.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.4, pp.29-44, 2009 (Peer-Reviewed Journal)
- LI. **Güçlü ve Güçsüz Markalarda Marka Bilgisi Marka İlişkileri ve Satın Alma Davranışları Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi**
ERCİŞ A., YAPRAKLİ T. Ş., CAN P.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2009 (Peer-Reviewed Journal)
- LII. **The Role Of Gender Differences In Determining The Consumer Decision Making Style**
ÜNAL S., ERCİŞ A.
Boğaziçi Journal of Economics and Administrative Sciences, vol.22, no.2, pp.12-27, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- LIII. **Tüketicileri Yaşam Tarzları ve Beyaz Eşya Satın Alma Karar Süreçleri Açısından Alt Gruplara Ayırmaya Yönelik Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Ünal S., Can P.
Gazi Üniversitesi, Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi, vol.2, no.22, pp.35-49, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- LIV. **Tüketicileri Yaşam Tarzları ve Beyaz Eşya Satın Alma Karar Süreçleri Açısından Alt Gruplara Ayırmaya Yönelik Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Ünal S., Can P.
Gazi Üniversitesi, Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi, vol.2, no.22, pp.35-49, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- LV. **The Role Of Gender Differences In Determining The Consumer Decision Making Style**
ÜNAL S., ERCİŞ A.
Boğaziçi Journal of Economics and Administrative Sciences, vol.22, no.2, pp.12-27, 2008 (Peer-Reviewed Journal)
- LVI. **Tüketicilerin kişisel değerlerinin satın alma tarzları üzerindeki etkisi**

- Ünal S., ERCİŞ A.
Ticaret ve turizm eğitim fakültesi dergisi, vol.1, pp.23-45, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- LVII. **Tüketicilerin kişisel değerlerinin satın alma tarzları üzerindeki etkisi**
Ünal S., ERCİŞ A.
Ticaret ve turizm eğitim fakültesi dergisi, vol.1, pp.23-45, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- LVIII. **Pazarlama Toplum ve Sosyal Sorumluluk**
ERCİŞ A.
Ekonomik ve Teknik Dergi Standart, vol.40, no.470, pp.12-21, 2001 (Peer-Reviewed Journal)
- LIX. **Pazarlama Toplum ve Sosyal Sorumluluk**
ERCİŞ A.
Ekonomik ve Teknik Dergi Standart, vol.40, no.470, pp.12-21, 2001 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Elements of The Sustainable Marketing Mix**
Türk B., ERCİŞ A.
in: Studies on Sustainability Research, X, Editor, Lambert Academic Publishing, X, pp.1, 2017
- II. **Developing Sustainable Marketing Strategy**
ERCİŞ A., Türk B.
in: Studies on Sustainability Research, X, Editor, Lambert Academic Publishing, X, pp.1, 2017
- III. **Elements of The Sustainable Marketing Mix**
Türk B., ERCİŞ A.
in: Studies on Sustainability Research, X, Editor, Lambert Academic Publishing, X, pp.1, 2017
- IV. **Developing Sustainable Marketing Strategy**
ERCİŞ A., Türk B.
in: Studies on Sustainability Research, X, Editor, Lambert Academic Publishing, X, pp.1, 2017
- V. **Developing Sustainable Marketing Strategy**
ERCİŞ A., TÜRK B.
in: Studies on Sustainability Research, Enes Emre Başar, Turgut Bayramoğlu, Editor, Lambert Academic Publishing, pp.1-24, 2017
- VI. **Elements of The Sustainable Marketing Mix**
TÜRK B., ERCİŞ A.
in: Studies on Sustainability Research, Enes Emre Başar, Turgut Bayramoğlu, Editor, Lambert, pp.105-125, 2017
- VII. **Developing Sustainable Marketing Strategy**
ERCİŞ A., TÜRK B.
in: Studies on Sustainability Research, , Editor, Lambert Academic Publishing, pp.11-25, 2017
- VIII. **Elements of The Sustainable Marketing Mix**
TÜRK B., ERCİŞ A.
in: Studies on Sustainability Research, , Editor, Lambert Academic Publishing, pp.105-127, 2017
- IX. **Küreselleşmenin KOBİ'lerin Uluslararasılaşmaları Üzerindeki Etkileri**
ERCİŞ A., Başar E. E.
in: Küreselleşme Ekonomik ve Sosyal Eğilimler, X, Editor, Savaş Yayınevi, Ankara, pp.1-20, 2016
- X. **Küreselleşmenin KOBİ'lerin Uluslararasılaşmaları Üzerindeki Etkileri**
ERCİŞ A., Başar E. E.
in: Küreselleşme Ekonomik ve Sosyal Eğilimler, X, Editor, Savaş Yayınevi, Ankara, pp.1-20, 2016
- XI. **Rasyonel Seçim Teorisi**
ERCİŞ A.
in: Pazarlama Teorileri, X, Editor, Media Cat Kitapları, İstanbul, pp.1-20, 2014
- XII. **Rasyonel Seçim Teorisi**
ERCİŞ A.

- in: Pazarlama Teorileri, X, Editor, Media Cat Kitapları, İstanbul, pp.1-20, 2014
- XIII. **CONSUMERS' POINT OF VIEW ON BRAND EQUITY AND BRAND EXTENSION STRATEGIES ACCORDING TO THE LEVEL OF CONSUMER INNOVATIVENESS**
Başar E. E., ERCİŞ A.
in: INTERDISCIPLINARY PERSPECTIVES ON SOCIAL SCIENCES, X, Editor, Cambridge Scholar Publishing, Londra, pp.1-20, 2013
- XIV. **CONSUMERS' POINT OF VIEW ON BRAND EQUITY AND BRAND EXTENSION STRATEGIES ACCORDING TO THE LEVEL OF CONSUMER INNOVATIVENESS**
Başar E. E., ERCİŞ A.
in: INTERDISCIPLINARY PERSPECTIVES ON SOCIAL SCIENCES, X, Editor, Cambridge Scholar Publishing, Londra, pp.1-20, 2013
- XV. **Pazarlama İlkeleri**
ERCİŞ A.
in: Pazarlama İlkeleri, Aysel Erciş, Editor, Atatürk Üniversitesi Aöf Yayınları, Erzurum, pp.1-250, 2012
- XVI. **Pazarlama İlkeleri**
ERCİŞ A.
in: Pazarlama İlkeleri, Aysel Erciş, Editor, Atatürk Üniversitesi Aöf Yayınları, Erzurum, pp.1-250, 2012
- XVII. **4. Ünite: Pazarlama Bilgi Sistemleri**
YAPRAKLİ T. Ş., ERCİŞ A.
in: Pazarlama İlkeleri, E., Editor, Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Erzurum, pp.1, 2012
- XVIII. **Sağlık Hizmetlerinde Müşteri Memnuniyeti**
GÜLLÜLÜ U., ERCİŞ A., ÜNAL S., YAPRAKLİ T. Ş.
Detay Yayıncılık, Ankara, 2008
- XIX. **Sağlık Hizmetlerinde Müşteri Memnuniyeti**
GÜLLÜLÜ U., ERCİŞ A., ÜNAL S., YAPRAKLİ T. Ş.
Detay Yayıncılık, Ankara, 2008
- XX. **Sigorta Hizmetlerinde Marka Değeri ve Marka Güveni**
Güllülü U., ERCİŞ A., Ünal S., BİLGİLİ B., Gödek M., Önder L.
Detay Yayınevi, Ankara, 2008
- XXI. **Sigorta Hizmetlerinde Marka Değeri ve Marka Güveni**
Güllülü U., ERCİŞ A., Ünal S., BİLGİLİ B., Gödek M., Önder L.
Detay Yayınevi, Ankara, 2008
- XXII. **Pazarlama İlkeleri**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İİBF, 1993

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Perakende Mağaza Bağlılığını Etkileyen Faktörler**
ERCİŞ A., Yılmaz M., Ünal S.
12. Ulusal Pazarlama Kongresi, Sakarya, Turkey, vol.2, pp.1
- II. **Perakende Mağaza Bağlılığını Etkileyen Faktörler**
ERCİŞ A., Yılmaz M., Ünal S.
12. Ulusal Pazarlama Kongresi, Sakarya, Turkey, vol.2, pp.1
- III. **Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Loyalty: The Mediator Role of E-Brand Love and Branding Co-Creation**
ERCİŞ A., Hoş B., DEVECİ F. G.
9TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON LEADERSHIP, TECHNOLOGY, INNOVATION AND BUSINESS MANAGEMENT,
12 - 13 December 2019
- IV. **THE EFFECT OF CULTURAL DIMENSIONS AND SELF-EFFICACY OF THE INDIVIDUAL ON THE**

ATTITUDE OF GREEN PRODUCTS AND CHANGE IN BEHAVIOR

ERCİŞ A., AYKUT O. H., YILDIZ T.

9th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management:Leadership, Innovation, Media and Communication, 12 - 13 December 2019

V. EXAMINATION OF SELF STRUCTURE, INTERPERSONAL INFLUENCE, TRUST AND ATTITUDE TOWARDS THE BRAND THROUGHOUT THE PROCESS OF DEVELOPING EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT

ERCİŞ A., YILDIZ T., TÜRK B.

9th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management:Leadership, Innovation, Media and Communication, 12 - 13 December 2019

VI. Değer Yönelimleri Kapsamında Kişisel Norm ve Çevreci Öz Kimliğin Çevreci Ürünlere Yönelik Tutum Üzerindeki Etkileri

ERCİŞ A., YILDIZ T., TÜRK B.

II. Business Organization Research Conference, 4 - 06 September 2019

VII. İNTERNET ÜZERİNDEN ALIŞVERİŞTE SOSYAL BURADALIĞIN GÜVEN ÜZERİNDEKİ ETKİSİ VE SATIN ALMA NİYETİNDEKİ DEĞİŞİM

ERCİŞ A., AYKUT O. H., YILDIZ T.

II. Business Organization Research Conference, 2019, 4 - 06 September 2019

VIII. BENLİK-MARKA BAĞININ MARKA SADAKATI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE MARKA AŞKI VE DENEYİMİNİN ARACILIK ROLÜ

ERCİŞ A., AYKUT O. H., YILDIZ T.

GLOBAL BUSINESS RESEARCH CONGRESS, İstanbul, Turkey, 30 - 31 May 2019, vol.9, pp.285-294

IX. İLİŞKİSEL PAZARLAMA BOYUTLARININ MÜŞTERİ BAĞLILIĞIÜZERİNDEKİ ETKİSİ SHAMMOUT MODELİ DEĞERLENDİRMESİ

ERCİŞ A., EIVAZZADEH S., TÜRK B., ORKAN S.

24.Pazarlama Kongresi, Turkey, 1 - 04 May 2019

X. Selfless or Skeptical Consumer?

ERCİŞ A., ÇELİK B.

THE 14TH INTERNATIONALSTRATEGIC MANAGEMENTCONFERENCE, 12 - 14 July 2018

XI. The Effect of Inertia and Satisfaction on Consumer Loyalty in Online Shopping Sites

ERCİŞ A., YILDIZ T., DEVECİ F. G.

THE 14TH INTERNATIONALSTRATEGIC MANAGEMENTCONFERENCE, 12 - 14 July 2018

XII. Kamu Teşviklerinden Yararlanan KOBİ'lerin Firma Performanslarının Teknoloji Transferi ve Pazarlama Yenilikçiliği Açısından İncelenmesi: TRA 1 Bölgesi Uygulaması

ERCİŞ A., BAŞAR E. E., TÜRK B., KARA A.

23. Pazarlama Kongresi, Turkey, 27 - 29 June 2018

XIII. Kamu Teşviklerinden Yararlanan KOBİ'lerin Firma Performanslarının Teknoloji Transferi ve Pazarlama Yenilikçiliği Açısından İncelenmesi: TRA Bölgesi Uygulaması

ERCİŞ A., BAŞAR E. E., TÜRK B., KARA A.

23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 27 - 29 June 2018

XIV. Geniştirilmiş Amaca Yönelik Davranış Modeli ile Çevreci Ürün Satın Alma Niyetinin İncelenmesi

ERCİŞ A., TÜRK B.

23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 27 - 29 June 2018

XV. IMPACT OF VALUE PERCEPTIONS ON LUXURY PURCHASE INTENTIONS: MODERATING ROLE OFCONSUMER KNOWLEDGE

ERCİŞ A., ÇELİK B.

4th Global Business Research Congress, 24 - 25 May 2018

XVI. RELATION OF CONSUMERS' ATTITUDES TOWARDS ORGANIC PRODUCTS WITH PERSONAL VALUES AND THE MEDIATION EFFECT OF THE INDIVIDUAL FACTORS

ERCİŞ A., YILDIZ T., DEVECİ F. G.

Global Business Research Congress (GBRC), 24 - 25 May 2018

XVII. Geri Dönüşüm Bilinci ve Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma

ERCİŞ A., ALACADAĞLI E., ÇELİK B., ATALAN Ş. B.

Uluslararası Uygulamalı İşletme, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Sempozyumu, Bayburt, Turkey, 3 - 05 May 2018, pp.30

- XVIII. (Türk ve Amerikan Hane Halklarının Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Karşılaştırılması
(Bayburt ve Post Falls Örneği)

BAŞAR E. E., ÇUBUKCU M. İ., ERCİŞ A.

Uluslararası Uygulamalı İşletme.Yönetim ve Ekonomi Sempozyumu, 3 - 05 May 2018

- XIX. BİR VARMIŞ BİR YOKMUŞ... PAZARLAMANIN BÜYÜLÜ BİR DÜNYASI VARMIŞ: PAZARLAMADA HİKÂYE
ANLATIMI

DEVECİ F. G., ERCİŞ A., ÜNAL S.

17. Uluslararası Katılımlı İşletmecilik Kongresi, İzmir, Turkey, 26 - 28 April 2018

- XX. YABANCI ÜRÜN DÜŞMANLIĞI VE SATIN ALMA İSTEKSİZLİĞİ ÜZERİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLERİ
BELİRLEMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

ERCİŞ A., DEVECİ F. G., Korkmaz G.

17.Uluslararası Katılımlı İşletmecilik Kongresi, 26 - 28 April 2018

- XXI. Study of the Effect of Consumption Values on the Environmental Concern in terms of Purchasing
Behavior

ERCİŞ A., YILDIZ T.

7th INTERNATIONAL CONFERENCE ON LEADERSHIP, TECHNOLOGY, INNOVATION AND BUSINESS MANAGEMENT,
MARMARİS, Turkey, 9 - 11 November 2017

- XXII. Determination of Fanatic Consumer Behaviors at the Personality Level

ERCİŞ A., DEVECİ F. G., TÜRK B.

7th International Conference On Leadership, Technology, Innovation And Business Management, 9 - 11 November
2017

- XXIII. The Influence of Customer Value, Brand Trust, and Self Congruity in Creating Emotional Brand
Attachment

ERCİŞ A., YILDIZ T., TÜRK B.

7th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management 2017 (ICLTIBM-
2017), Muğla, Turkey, 9 - 11 November 2017, pp.78-88

- XXIV. The Influence of Customer Value, Brand Trust, and Self Congruity in Creating Emotional Brand
Attachment

ERCİŞ A., YILDIZ T., TÜRK B.

7th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management 2017 (ICLTIBM-
2017), Muğla, Turkey, 9 - 11 November 2017, pp.78-88

- XXV. Marka Kişiliğinin Marka Sadakati Üzerindeki Etkisinde Ürün İlgileniminin Düzenleyici (Moderatör)
Rolü

ERCİŞ A., ENGİN Y., TÜRK B.

22. Pazarlama Kongresi, Turkey, 28 - 30 September 2017

- XXVI. Relationship among big five personality traits, compulsive buying and variety seeking

ERCİŞ A., ÜNALAN M.

2nd World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, 12 - 14 May 2017, pp.28

- XXVII. EFFECTS OF COLLECTIVIST CULTURE GREEN ATTITUDE AND GREEN BEHAVIOR ONWILLINGNESS TO
PAY MORE FOR GREEN PRODUCTS

ERCİŞ A., KURNUÇ M., TÜRK B.

I. Uluslararası Afro - Avrasya Araştırmaları Kongresi, 12 - 15 October 2016

- XXVIII. Identifying the Influence of Addictive Consumption on the Repurchase Intention

ERCİŞ A., DEVECİ F. G.

6th international conference on leadership technology innovation and business management, 28 - 30 October
2016

- XXIX. Determining the Influence of Fanatical Tendencies onConsumption Styles Based on Lifestyles

ERCİŞ A., DEVECİ F. G., DELİGÖZ K.

4th International Conference on New Challenges in Management and Business, İzmir, Turkey, 5 - 06 September 2016

XXX. MATERIALISM AND ITS ASSOCIATED CONCEPTS

ERCİŞ A., TÜRK B.

4th International Conference on New Challenges in Management and Business, 5 - 06 September 2016

XXXI. TERSİNE LOJİSTİK KAPSAMINDA E ATIK SORUNU ÇÖZÜMÜNE YÖNELİK DAVRANIŞSAL DEĞİŞİM STRATEJİLERİNİN DERECELENDİRİLMESİ

TÜRK B., ERCİŞ A.

Uluslararası Kafkasya-Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi, Erzurum, Turkey, 20 - 22 May 2016, vol.1, pp.1

XXXII. Innovation: A comparative case study of Turkey and South Korea

ERCİŞ A., Unalan M.

12th International Strategic Management Conference (ISMC), Antalya, Turkey, 28 - 30 October 2016, vol.235, pp.701-708

XXXIII. Analysis of The World's Most Innovative Companies on The Basic Of Industry: 2005-2014

ERCİŞ A., Unalan M.

World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, İstanbul, Turkey, 28 - 30 May 2015, pp.1081-1086

XXXIV. ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMLERİ İLE OTEL İŞLETMELERİNDE REKABETÇİ PAZARLAMA STRATEJİSİ SEÇİMİ

ERCİŞ A., Yılmaz M., Başar E.

19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gaziantep, Turkey, 10 - 13 October 2014, vol.1, pp.1

XXXV. ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMLERİ İLE OTEL İŞLETMELERİNDE REKABETÇİ PAZARLAMA STRATEJİSİ SEÇİMİ

ERCİŞ A., Yılmaz M., Başar E.

19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gaziantep, Turkey, 10 - 13 October 2014, vol.1, pp.1

XXXVI. The Effect of Product Development and Management on Innovation Strategies

Can P., ERCİŞ A.

First Sarajevo International Conference-Global Crisis and Countries in Transition, Sarajevo, Bosnia And Herzegovina, 1 - 03 March 2014, vol.1, pp.187-222

XXXVII. The Effect of Product Development and Management on Innovation Strategies

Can P., ERCİŞ A.

First Sarajevo International Conference-Global Crisis and Countries in Transition, Sarajevo, Bosnia And Herzegovina, 1 - 03 March 2014, vol.1, pp.187-222

XXXVIII. The Effects of Consumers Brand Equity Perceptions on Brand Extension Strategy

ERCİŞ A., Başar E. E.

3rd European Marketing Conference, Frankfurt Am Main, Germany, 15 - 16 August 2013, vol.2, pp.1

XXXIX. The Effects of Consumers Brand Equity Perceptions on Brand Extension Strategy

ERCİŞ A., Başar E. E.

3rd European Marketing Conference, Frankfurt Am Main, Germany, 15 - 16 August 2013, vol.2, pp.1

XL. Tüketici Yenilikçiliğinin Moda Ürünleri Benimseme Eğilimi Üzerindeki Etkileri

ERCİŞ A., Türk B.

I. Uluslararası İşletme Yönetimi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kongresi, Baku, Azerbaijan, 25 - 28 November 2012, vol.2, pp.507-517

XLI. Tüketici Yenilikçiliğinin Moda Ürünleri Benimseme Eğilimi Üzerindeki Etkileri

ERCİŞ A., Türk B.

I. Uluslararası İşletme Yönetimi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kongresi, Baku, Azerbaijan, 25 - 28 November 2012, vol.2, pp.507-517

XLII. The effect of brand satisfaction, trust and brand commitment on loyalty and repurchase intentions

Ercis A., Unal S., CANDAN F. B., YILDIRIM H.

8th International Strategic Management Conference, Barcelona, Spain, 21 - 23 June 2012, vol.58, pp.1395-1404

XLIII. Kültürel Uyum ve Orta Ölçekli İşletme Çalışanlarının Pazarlama Kültürüne Yönelik Tutumları:

Erzurum’da Bir Uygulama

ERCİŞ A., ÖZER S., YAPRAKLI T. Ş.

6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erzurum, Turkey, 28 June 2011 - 01 July 2011, pp.219-234

- XLIV. **Kültürel Uyum ve Orta Ölçekli İşletme Çalışanlarının Pazarlama Kültürüne Yönelik Tutumları: Erzurum’da Bir Uygulama**

ERCİŞ A., ÖZER S., YAPRAKLI T. Ş.

6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erzurum, Turkey, 28 June 2011 - 01 July 2011, pp.219-234

- XLV. **Attitudes towards Mobile Advertising - A Research to Determine the Differences between the Attitudes of Youth and Adults**

Unal S., Ercis A., KESER E.

7th International Strategic Management Conference, Paris, France, 30 June - 02 July 2011, vol.24

- XLVI. **Kano model application in new product development and customer satisfaction (adaptation of traditional art of tile making to jewelries)**

BİLGİLİ B., ERCİŞ A., Unal S.

7th International Strategic Management Conference, Paris, France, 30 June - 02 July 2011, vol.24

- XLVII. **The Role of Personality Traits in Status Consumption A Study into Domestic and Foreign Brands**

ERCİŞ A., ÜNAL S.

6. International Strategic Management Conference, St.Petersburg, Russia, 8 - 10 July 2010, vol.1, pp.1

- XLVIII. **Investigation of the effect of brand equity on switching cost in industrial markets**

Yılmaz M., ERCİŞ A.

EBES Conference, İstanbul, Turkey, 1 - 03 February 2010, vol.1, pp.1

- XLIX. **Investigation of the effect of brand equity on switching cost in industrial markets**

Yılmaz M., ERCİŞ A.

EBES Conference, İstanbul, Turkey, 1 - 03 February 2010, vol.1, pp.1

- L. **Consumers Point of View on Brand Equity and Brand Extension Strategies according to the Level of Consumer Innovativeness**

ERCİŞ A., Başar E. E.

Interdisciplinary Perspectives on Social Sciences, İstanbul, Turkey, 1 - 03 January 2010, vol.1, pp.1

- LI. **Consumers Point of View on Brand Equity and Brand Extension Strategies according to the Level of Consumer Innovativeness**

ERCİŞ A., Başar E. E.

Interdisciplinary Perspectives on Social Sciences, İstanbul, Turkey, 1 - 03 January 2010, vol.1, pp.1

- LII. **Kobilerin Tedarikçi Firmalara Yönelik Tatmin ve Bağlılık Düzeylerini Etkileyen Faktörler**

Deniz A., Biçer D., ERCİŞ A.

14. Ulusal Pazarlama Kongresi, Yozgat, Turkey, 14 - 17 October 2009, vol.3, pp.1

- LIIL. **Kobilerin Tedarikçi Firmalara Yönelik Tatmin ve Bağlılık Düzeylerini Etkileyen Faktörler**

Deniz A., Biçer D., ERCİŞ A.

14. Ulusal Pazarlama Kongresi, Yozgat, Turkey, 14 - 17 October 2009, vol.3, pp.1

- LIV. **Tüketicilerin Markaya İlişkin Hedonik ve Faydacı Algılamalarının Marka Değeri Boyutlarına Etkisi Ulusal VeGlobal Markalar Üzerine Karşılaştırmalı Bir Uygulama**

ERCİŞ A., Yapraklı Ş., Can P., Yılmaz M.

14. Ulusal Pazarlama Kongresi, Yozgat, Turkey, 14 - 17 October 2009, vol.1, pp.1

- LV. **Tüketicilerin Markaya İlişkin Hedonik ve Faydacı Algılamalarının Marka Değeri Boyutlarına Etkisi Ulusal VeGlobal Markalar Üzerine Karşılaştırmalı Bir Uygulama**

ERCİŞ A., Yapraklı Ş., Can P., Yılmaz M.

14. Ulusal Pazarlama Kongresi, Yozgat, Turkey, 14 - 17 October 2009, vol.1, pp.1

- LVI. **Decision Making Styles And Personal Values Of Bosnian And Turkish Young People**

Ünal S., ERCİŞ A.

II. Scientific Conference MIBES, Larissa, Greece, 4 - 06 June 2008, vol.1, pp.1

- LVII. **Decision Making Styles And Personal Values Of Bosnian And Turkish Young People**

Ünal S., ERCİŞ A.

- II. Scientific Conference MIBES, Larissa, Greece, 4 - 06 June 2008, vol.1, pp.1
- LVIII. **The Factors Which Affect Retail Loyalty A Model Study**
ÜNAL S., Yılmaz M., ERCİŞ A.
International Conference on Business Management and Economics, Erzurum, Turkey, 1 - 04 February 2008, pp.4
- LIX. **The Factors Which Affect Retail Loyalty A Model Study**
ÜNAL S., Yılmaz M., ERCİŞ A.
International Conference on Business Management and Economics, Erzurum, Turkey, 1 - 04 February 2008, pp.4
- LX. **DECISION MAKING STYLES AND PERSONAL VALUES OF YOUNG PEOPLE**
ERCİŞ A., Ünal S., BİLGİLİ B.
5th International Congress Marketing trends, İstanbul, Turkey, 1 - 03 February 2006, vol.1, pp.1
- LXI. **DECISION MAKING STYLES AND PERSONAL VALUES OF YOUNG PEOPLE**
ERCİŞ A., Ünal S., BİLGİLİ B.
5th International Congress Marketing trends, İstanbul, Turkey, 1 - 03 February 2006, vol.1, pp.1
- LXII. **A Study in Erzurum on the Attitudes of Small and Medium Firms Towards Logistics Services**
ERCİŞ A., ÜNAL S., BİLGİLİ B.
The International Association of Maritime Economics, 11.IAME Conference, İzmir, Turkey, 30 June - 02 July 2004, vol.1, pp.1
- LXIII. **A Study in Erzurum on the Attitudes of Small and Medium Firms Towards Logistics Services**
ERCİŞ A., ÜNAL S., BİLGİLİ B.
The International Association of Maritime Economics, 11.IAME Conference, İzmir, Turkey, 30 June - 02 July 2004, vol.1, pp.1
- LXIV. **Alıcı Satıcı İlişkilerinde Güven Ve Oluşumuna Etki Eden Değişkenler Bir Uygulama**
Ünal S., ERCİŞ A.
8. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kayseri, Turkey, 16 - 19 October 2003, vol.1, pp.1
- LXV. **Alıcı Satıcı İlişkilerinde Güven Ve Oluşumuna Etki Eden Değişkenler Bir Uygulama**
Ünal S., ERCİŞ A.
8. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kayseri, Turkey, 16 - 19 October 2003, vol.1, pp.1
- LXVI. **Kültürel Uyum ve Orta Ölçekli İşletme Çalışanlarının Pazarlama Kültürüne Yönelik Tutumları**
ERCİŞ A., Ünal S., Yapraklı Ş.
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erzurum, Turkey, 28 June - 01 July 2001, vol.3, pp.1
- LXVII. **Kültürel Uyum ve Orta Ölçekli İşletme Çalışanlarının Pazarlama Kültürüne Yönelik Tutumları**
ERCİŞ A., Ünal S., Yapraklı Ş.
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erzurum, Turkey, 28 June - 01 July 2001, vol.3, pp.1
- LXVIII. **KOBİlerde Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri**
ERCİŞ A.
I. İktisat ve İşletme Sempozyumu, Erzurum, Turkey, 20 - 22 April 1987, vol.1, pp.1
- LXIX. **KOBİlerde Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri**
ERCİŞ A.
I. İktisat ve İşletme Sempozyumu, Erzurum, Turkey, 20 - 22 April 1987, vol.1, pp.1

Supported Projects

ERCİŞ A., YILDIZ T., DEVECİ F. G., Project Supported by Higher Education Institutions, Tüketicilerin Kişisel Değerlerinin Bireysel Faktörlere ve Organik Ürünlere Yönelik Tutumları Üzerine Etkisi, 2018 - 2019

ERCİŞ A., DAĞCI BÜYÜK H., Project Supported by Higher Education Institutions, SÜRDÜRÜLEBİLİR GİYİ SATIN ALMADA ETİK UNSURLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ: SOSYAL AĞ KULLANICILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA, 2017 - 2019

ERCİŞ A., Project Supported by Higher Education Institutions, "HANE HALKLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞLARININ ÖLÇÜLMESİ", 2015 - 2016

ERCİŞ A., Project Supported by Higher Education Institutions, ETİK ÇERÇEVESİNDE TÜKETİM, TÜKETİCİ VE ÇEVRE: EKOLOJİK OKURYAZARLIĞIN MODERATÖR ROLÜ, 2015 - 2016

ERCİŞ A., Project Supported by Higher Education Institutions, "TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİNİN BOYUTLARI İLE YENİLİKÇİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER:KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA.", 2010 - 2012

Scientific Refereeing

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Other Indexed Journal, January 2019
Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Other Indexed Journal, January 2019
Eurasian Journal of Forest Science, Other Indexed Journal, January 2019
Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, National Scientific Refreed Journal, January 2019
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Other Indexed Journal, January 2019
Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Other Indexed Journal, January 2019
Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi , National Scientific Refreed Journal, January 2019
İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Other Indexed Journal, January 2019
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Other Indexed Journal, January 2018
Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi , National Scientific Refreed Journal, January 2018
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , National Scientific Refreed Journal, January 2010
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , National Scientific Refreed Journal, January 2010

Metrics

Publication: 205
Citation (WoS): 126
Citation (Scopus): 40
H-Index (WoS): 4
H-Index (Scopus): 2