

Prof. Dr. Aysel ERCİŞ

Kişisel Bilgiler

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: _kSc71gAAAAJ

ORCID: 0000-0002-9835-8574

Yoksis Araştırmacı ID: 4613

Eğitim Bilgileri

Bütünleşik Doktora, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Türkiye 1972 - 1981

Lisans, Atatürk Üniversitesi, İİBF, İşletme, Türkiye 1972 - 1976

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

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

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, İİBF, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 1994 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İİBF, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 1988 - 1994

Yrd. Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İİBF, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 1984 - 1988

Araştırma Görevlisi, Atatürk Üniversitesi, İİBF, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 1981 - 1984

Akademik İdari Deneyim

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, 2018 - Devam Ediyor

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

Yönetilen Tezler

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

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

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

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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, cilt.31, sa.3, ss.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, cilt.31, sa.2, ss.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, cilt.31, sa.2, ss.243-256, 2017 (SSCI)
- V. **TÜRKİYE'DE ÇEVRE POLİTİKASI VE ULUSLARARASI ÇEVRE SÖZLEŞMELERİ.**
TÜRK B., ERCİŞ A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ORAL SCIENCE, cilt.54, ss.351-362, 2017 (SCI-Expanded)
- VI. **TÜRKİYE'DE ÇEVRE POLİTİKASI VE ULUSLARARASI ÇEVRE SÖZLEŞMELERİ.**
TÜRK B., ERCİŞ A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ORAL SCIENCE, cilt.54, ss.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, cilt.30, sa.3, ss.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, cilt.30, sa.3, ss.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, cilt.18, sa.3, ss.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, cilt.18, sa.3, ss.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, cilt.28, sa.2, ss.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, cilt.28, sa.2, ss.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, cilt.27, sa.2, ss.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, cilt.1, ss.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, cilt.1, ss.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, cilt.65, sa.2, ss.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, cilt.65, sa.2, ss.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, cilt.22, sa.2, ss.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, cilt.22, sa.2, ss.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, cilt.17, sa.2, ss.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, cilt.17, sa.2, ss.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, cilt.22, sa.2, ss.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, cilt.22, sa.2, ss.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, cilt.21, sa.1, ss.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, cilt.21, sa.2, ss.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, cilt.21, sa.2, ss.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, cilt.21, sa.1, ss.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, cilt.1, sa.1, ss.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, cilt.1, sa.1, ss.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, cilt.4, sa.2, ss.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, cilt.4, sa.2, ss.287-304, 2004 (SSCI)
- XXXII. **Tüketicilerin Sümerbank Mamüllerini Tercihleri Üzerine Bir Saha Araştırması**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.10, sa.1, ss.12-21, 1993 (SSCI)
- XXXIII. **Tüketicilerin Sümerbank Mamüllerini Tercihleri Üzerine Bir Saha Araştırması**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.10, sa.1, ss.12-21, 1993 (SSCI)
- XXXIV. **Rus Pazarları**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.1, sa.2, ss.12-21, 1993 (SSCI)
- XXXV. **Rus Pazarları**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.1, sa.2, ss.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, cilt.9, ss.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, cilt.9, ss.3-4, 1992 (SSCI)
- XXXVIII. **Pazar Fırsat analizine Sistematiik Bir Yaklaşım**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.6, sa.3, ss.10-21, 1988 (SSCI)
- XXXIX. **Pazar Fırsat analizine Sistematiik Bir Yaklaşım**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.6, sa.3, ss.10-21, 1988 (SSCI)
- XL. **Pazarlama ve Toplum**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.7, sa.2, ss.8-20, 1987 (SSCI)
- XLI. **Pazarlama ve Toplum**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.7, sa.2, ss.8-20, 1987 (SSCI)
- XLII. **Pazarlamada Yönetim Bilimi**
ERCİŞ A.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.6, sa.1, ss.20-35, 1983 (SSCI)
- XLIII. **Pazarlamada Yönetim Bilimi**
ERCİŞ A.

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **The Impact Of Cognitive And Affective Perception Of The Country Image On Consumers' Sense Of Economic Animosity, Product Quality Judgment, And Purchase Intention** Bilişsel ve Duygusal Ülke İmajı Algısının Tüketicilerin Ekonomik Düşmanlık Hissi, Ürün Kalite Yargısı ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi
ERCİŞ A., DELİGÖZ K., Çelebi Y.
Romaya Journal: Researches on Multidisciplinary Approaches, cilt.2024-October, sa.2, ss.168-183, 2024 (Scopus)
- II. **The impact of social innovation on environmentally friendly product involvement**
Güven T., ÇAM F. B., BİLGİLİ B., ERCİŞ A.
INNOVATION & MANAGEMENT REVIEW, cilt.21, sa.2, ss.94-109, 2024 (ESCI)
- III. **Hanehalkı Tüketim Harcamalarında Tüketici İyi Oluşu ve Tüketici Harcama Öz-Kontrolünün Yaşam Doyumuna Etkisi**
AKBULUT DURSUN Ö., ERCİŞ A.
Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.24, sa.2, ss.279-291, 2023 (Hakemli Dergi)
- IV. **Evaluation of Ethics Element in Purchasing Sustainable Clothing: A Research On Social Network Users**
Buyuk H. D., Unal S., Ercis A.
ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITESI IIBF DERGISI-ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.15, sa.3, ss.1159-1184, 2020 (ESCI)
- V. **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, cilt.7, sa.2, ss.302-330, 2020 (ESCI)
- VI. **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, cilt.6, sa.2, ss.137-148, 2019 (Hakemli Dergi)
- VII. **THE INFLUENCE OF CUSTOMER VALUE AND SELF CONGRUITY ON EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT**
ERCİŞ A., YILDIZ T., TÜRK B.
Journal of Global Strategic Management, cilt.12, ss.75-86, 2018 (Hakemli Dergi)
- VIII. **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 (Hakemli Dergi)
- IX. **IMPACT OF VALUE PERCEPTIONS ON LUXURY PURCHASE INTENTIONS: MODERATING ROLE OF CONSUMER KNOWLEDGE**
ERCİŞ A., ÇELİK B.
Procedia, 2018 (Hakemli Dergi)
- X. **Relationship among Big Five Personality Traits, Compulsive Buying and Variety Seeking**
ERCİŞ A., ÜNALAN M.
Journal of Management, Marketing and Logistics, cilt.4, ss.217-223, 2017 (Hakemli Dergi)
- XI. **4A marketing mix impact on organic food purchase intention**
TÜRK B., ERCİŞ A.
Serbian Journal of Management, cilt.1, ss.1, 2017 (Scopus)
- XII. **4A marketing mix impact on organic food purchase intention**
TÜRK B., ERCİŞ A.

Serbian Journal of Management, cilt.1, ss.1, 2017 (Scopus)

- XIII. **Determining the influence of fanatical tendencies on consumption styles based on lifestyles**
DEVECİ F. G., ERCİŞ A.
Marketing and Branding Research, cilt.4, sa.1, ss.33-49, 2017 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Sosyal Medyanın Markaya Yönelik Tutum ve SatınAlma Niyetine Etkileri**
ERCİŞ A., YILDIZ T.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.31, sa.2, 2017 (Hakemli Dergi)
- XV. **Materialism and Its Associated Concepts**
TÜRK B., ERCİŞ A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ORGANIZATIONAL LEADERSHIP, cilt.6, sa.4, ss.444-455, 2017 (ESCI)
- XVI. **MARKA KİŞİLİĞİNİN MARKA SADAKATİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÜRÜN İLGİLENİMİNİN DÜZENLEYİCİ (MODERATÖR) ROLÜ**
ERCİŞ A., ENGİN Y., TÜRK B.
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, ss.45-58, 2017 (Hakemli Dergi)
- XVII. **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, cilt.31, ss.229-242, 2017 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **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, ss.160-178, 2016 (Hakemli Dergi)
- XIX. **Etik Çerçevesinde Tüketim Tüketici ve Çevre Ekolojik Okuryazarlığın Moderatör Rolü**
ERCİŞ A., Türk B.
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, cilt.20, sa.2, ss.1-24, 2016 (Hakemli Dergi)
- XX. **Innovation A Comparative Case Study of Turkey and South Korea**
ERCİŞ A., ÜNALAN M.
Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Etik Çerçevesinde Tüketim Tüketici ve Çevre Ekolojik Okuryazarlığın Moderatör Rolü**
ERCİŞ A., Türk B.
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, cilt.20, sa.2, ss.1-24, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXII. **KURUMSAL MARKA İMAJININ KURUMSAL BAĞLILIĞA ETKİSİ UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA**
ERCİŞ A., HARORLI E.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.30, sa.3, ss.553-566, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİNİN BOYUTLARI VE YENİLİKÇİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER**
Deniz A., ERCİŞ A.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, cilt.7, sa.14, ss.1-20, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXIV. **ÖLÜM KAYGISININ TÜKETİCİ TUTUMLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**
ERCİŞ A., Kotan G., Türk B.
Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.1, sa.23, ss.107-134, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXV. **TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİNİN BOYUTLARI VE YENİLİKÇİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER**
Deniz A., ERCİŞ A.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, cilt.7, sa.14, ss.1-20, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXVI. **MARKA KONUMLANDIRMA VE TÜKETİCİLERİN MARKA KİŞİLİĞİ ALGILAMALARI ERZURUM DA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
ERCİŞ A., Çelebi Y.
Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.9, sa.45, ss.753-767, 2016 (Hakemli Dergi)

- XXVII. **ÖLÜM KAYGISININ TÜKETİCİ TUTUMLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**
ERCİŞ A., Kotan G., Türk B.
Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.1, sa.23, ss.107-134, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXVIII. **MARKA KONUMLANDIRMA VE TÜKETİCİLERİN MARKA KİŞİLİĞİ ALGILAMALARI ERZURUM DA BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
ERCİŞ A., Çelebi Y.
Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.9, sa.45, ss.753-767, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXIX. **Analysis of the World s Most Innovative Companies on the Basic of Industry 2005 2014**
ERCİŞ A., ÜNALAN M.
Procedia-Social and Behavioral Sciences, cilt.195, ss.1081-1086, 2015 (Hakemli Dergi)
- XXX. **MODA ODAKLI İÇGÜDÜSEL SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER**
Tüfekçi İ., ERCİŞ A., Türk B.
Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.16, sa.4, ss.587-606, 2015 (Hakemli Dergi)
- XXXI. **MODA ODAKLI İÇGÜDÜSEL SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER**
Tüfekçi İ., ERCİŞ A., Türk B.
Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.16, sa.4, ss.587-606, 2015 (Hakemli Dergi)
- XXXII. **The Effect of Self Construal on Statue and Role Relaxed Consumption**
Başar E. E., ERCİŞ A.
Mediterranean Journal of Social Sciences, cilt.6, ss.18-23, 2015 (Hakemli Dergi)
- XXXIII. **The Effect of Self Construal on Statue and Role Relaxed Consumption**
Başar E. E., ERCİŞ A.
Mediterranean Journal of Social Sciences, cilt.6, ss.18-23, 2015 (Hakemli Dergi)
- XXXIV. **CUSTOMER LOVE A Research on the Ranking of Food Beverage Locations**
TÜRK B., ERCİŞ A.
Management & Marketing, cilt.1, ss.1, 2015 (Hakemli Dergi)
- XXXV. **CUSTOMER LOVE A Research on the Ranking of Food Beverage Locations**
TÜRK B., ERCİŞ A.
Management & Marketing, cilt.1, ss.1, 2015 (Hakemli Dergi)
- XXXVI. **MOBİL VİRAL İLETİŞİMDE TUTUM NİYET VE DAVRANIŞLARI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ÖLÇÜLMESİ ERZURUM DA BİR ARAŞTIRMA**
ERCİŞ A., Aydın H.
Atatürk Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi, cilt.1, ss.1-15, 2015 (Scopus)
- XXXVII. **MOBİL VİRAL İLETİŞİMDE TUTUM NİYET VE DAVRANIŞLARI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ÖLÇÜLMESİ ERZURUM DA BİR ARAŞTIRMA**
ERCİŞ A., Aydın H.
Atatürk Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi, cilt.1, ss.1-15, 2015 (Scopus)
- XXXVIII. **Müşteri İlişkileri Yönetiminin İnovasyon Stratejilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Can P.
Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.19, ss.19-77, 2014 (Hakemli Dergi)
- XXXIX. **Müşteri İlişkileri Yönetiminin İnovasyon Stratejilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Can P.
Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.19, ss.19-77, 2014 (Hakemli Dergi)
- XL. **Influence of Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Relationship Quality The Case Study**
ERCİŞ A., Rasouli R.
Journal of American Science, cilt.9, sa.5, ss.12-21, 2013 (Hakemli Dergi)
- XLI. **Influence of Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Relationship Quality The Case Study**
ERCİŞ A., Rasouli R.
Journal of American Science, cilt.9, sa.5, ss.12-21, 2013 (Hakemli Dergi)
- XLII. **Tedarik Zinciri Yönetiminin İnovasyon Stratejilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**

- ERCİŞ A., Can P.
Karabuk University Journal of Institute of Social Sciences, cilt.3, sa.2, ss.1, 2013 (Hakemli Dergi)
- XLIII. **Tedarik Zinciri Yönetiminin Inovasyon Stratejilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
ERCİŞ A., Can P.
Karabuk University Journal of Institute of Social Sciences, cilt.3, sa.2, ss.1, 2013 (Hakemli Dergi)
- XLIV. **Endüstriyel Pazarlarda Kişisel ve Kişisel Olmayan Bilgi Kaynaklarının Marka Değeri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi**
Yılmaz M., ERCİŞ A.
Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, cilt.4, sa.2, ss.27-44, 2012 (Hakemli Dergi)
- XLV. **Endüstriyel Pazarlarda Kişisel ve Kişisel Olmayan Bilgi Kaynaklarının Marka Değeri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi**
Yılmaz M., ERCİŞ A.
Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, cilt.4, sa.2, ss.27-44, 2012 (Hakemli Dergi)
- XLVI. **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, cilt.4, ss.21-50, 2011 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.22, sa.8, ss.167-200, 2010 (Hakemli Dergi)
- XLVIII. **Determination of the Factors Affecting Supermarket Loyalty A Case Study of Erzurum Turkey**
ERCİŞ A., ÜNAL S., Yılmaz M.
Taiwan Journal of Applied Economics, cilt.22, sa.8, ss.167-200, 2010 (Hakemli Dergi)
- XLIX. **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, cilt.24, sa.2, ss.141-165, 2010 (Hakemli Dergi)
- L. **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, cilt.4, sa.2, ss.17-33, 2010 (Hakemli Dergi)
- LI. **Gençlerin Kişisel Değerleri İle Satın Alma Tarzları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi**
ERCİŞ A., Ünal S.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.4, ss.29-44, 2009 (Hakemli Dergi)
- LII. **Gençlerin Kişisel Değerleri İle Satın Alma Tarzları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi**
ERCİŞ A., Ünal S.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.4, ss.29-44, 2009 (Hakemli Dergi)
- LIII. **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 (Hakemli Dergi)
- LIV. **The Role Of Gender Differences In Determining The Consumer Decision Making Style**
ÜNAL S., ERCİŞ A.
Boğaziçi Journal of Economics and Administrative Sciences, cilt.22, sa.2, ss.12-27, 2008 (Hakemli Dergi)
- LV. **The Role Of Gender Differences In Determining The Consumer Decision Making Style**
ÜNAL S., ERCİŞ A.
Boğaziçi Journal of Economics and Administrative Sciences, cilt.22, sa.2, ss.12-27, 2008 (Hakemli Dergi)
- LVI. **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, cilt.2, sa.22, ss.35-49, 2008 (Hakemli Dergi)
- LVII. **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, cilt.2, sa.22, ss.35-49, 2008 (Hakemli Dergi)

LVIII. Tüketicilerin kişisel değerlerinin satın alma tarzları üzerindeki etkisi

Ünal S., ERCİŞ A.

Ticaret ve turizm eğitim fakültesi dergisi, cilt.1, ss.23-45, 2006 (Hakemli Dergi)

LIX. Tüketicilerin kişisel değerlerinin satın alma tarzları üzerindeki etkisi

Ünal S., ERCİŞ A.

Ticaret ve turizm eğitim fakültesi dergisi, cilt.1, ss.23-45, 2006 (Hakemli Dergi)

LX. Pazarlama Toplum ve Sosyal Sorumluluk

ERCİŞ A.

Ekonomik ve Teknik Dergi Standart, cilt.40, sa.470, ss.12-21, 2001 (Hakemli Dergi)

LXI. Pazarlama Toplum ve Sosyal Sorumluluk

ERCİŞ A.

Ekonomik ve Teknik Dergi Standart, cilt.40, sa.470, ss.12-21, 2001 (Hakemli Dergi)

Kitaplar

I. Elements of The Sustainable Marketing Mix

Türk B., ERCİŞ A.

Studies on Sustainability Research, X, Editör, Lambert Academic Publishing, X, ss.1, 2017

II. Developing Sustainable Marketing Strategy

ERCİŞ A., Türk B.

Studies on Sustainability Research, X, Editör, Lambert Academic Publishing, X, ss.1, 2017

III. Elements of The Sustainable Marketing Mix

Türk B., ERCİŞ A.

Studies on Sustainability Research, X, Editör, Lambert Academic Publishing, X, ss.1, 2017

IV. Developing Sustainable Marketing Strategy

ERCİŞ A., Türk B.

Studies on Sustainability Research, X, Editör, Lambert Academic Publishing, X, ss.1, 2017

V. Developing Sustainable Marketing Strategy

ERCİŞ A., TÜRK B.

Studies on Sustainability Research, Enes Emre Başar, Turgut Bayramoğlu, Editör, Lambert Academic Publishing, ss.1-24, 2017

VI. Elements of The Sustainable Marketing Mix

TÜRK B., ERCİŞ A.

Studies on Sustainability Research, Enes Emre Başar, Turgut Bayramoğlu, Editör, Lambert, ss.105-125, 2017

VII. Developing Sustainable Marketing Strategy

ERCİŞ A., TÜRK B.

Studies on Sustainability Research, , Editör, Lambert Academic Publishing, ss.11-25, 2017

VIII. Elements of The Sustainable Marketing Mix

TÜRK B., ERCİŞ A.

Studies on Sustainability Research, , Editör, Lambert Academic Publishing, ss.105-127, 2017

IX. Küreselleşmenin KOBİ'lerin Uluslararasılaşmaları Üzerindeki Etkileri

ERCİŞ A., Başar E. E.

Küreselleşme Ekonomik ve Sosyal Eğilimler, X, Editör, Savaş Yayınevi, Ankara, ss.1-20, 2016

X. Küreselleşmenin KOBİ'lerin Uluslararasılaşmaları Üzerindeki Etkileri

ERCİŞ A., Başar E. E.

Küreselleşme Ekonomik ve Sosyal Eğilimler, X, Editör, Savaş Yayınevi, Ankara, ss.1-20, 2016

XI. Rasyonel Seçim Teorisi

ERCİŞ A.

Pazarlama Teorileri, X, Editör, Media Cat Kitapları, İstanbul, ss.1-20, 2014

XII. Rasyonel Seçim Teorisi

ERCİŞ A.

Pazarlama Teorileri, X, Editör, Media Cat Kitapları, İstanbul, ss.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.

INTERDISCIPLINARY PERSPECTIVES ON SOCIAL SCIENCES, X, Editör, Cambridge Scholar Publishing, Londra, ss.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.

INTERDISCIPLINARY PERSPECTIVES ON SOCIAL SCIENCES, X, Editör, Cambridge Scholar Publishing, Londra, ss.1-20, 2013

XV. Pazarlama İlkeleri

ERCİŞ A.

Pazarlama İlkeleri, Aysel Erciş, Editör, Atatürk Üniversitesi Aöf Yayınları, Erzurum, ss.1-250, 2012

XVI. Pazarlama İlkeleri

ERCİŞ A.

Pazarlama İlkeleri, Aysel Erciş, Editör, Atatürk Üniversitesi Aöf Yayınları, Erzurum, ss.1-250, 2012

XVII. 4. Ünite: Pazarlama Bilgi Sistemleri

YAPRAKLİ T. Ş., ERCİŞ A.

Pazarlama İlkeleri, E., Editör, Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Erzurum, ss.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

Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler

I. Perakende Mağaza Bağlılığını Etkileyen Faktörler

ERCİŞ A., Yılmaz M., Ünal S.

12. Ulusal Pazarlama Kongresi, Sakarya, Türkiye, cilt.2, ss.1, (Tam Metin Bildiri)

II. Perakende Mağaza Bağlılığını Etkileyen Faktörler

ERCİŞ A., Yılmaz M., Ünal S.

12. Ulusal Pazarlama Kongresi, Sakarya, Türkiye, cilt.2, ss.1, (Tam Metin Bildiri)

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 INTERNATIONALCONFERENCE ON LEADESHIP, TECHNOLOGY, INNOVATION AND BUSINESS MANAGEMENT,
12 - 13 Aralık 2019, (Tam Metin Bildiri)

- 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 Aralık 2019, (Tam Metin Bildiri)
- 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 Aralık 2019, (Tam Metin Bildiri)
- 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 Eylül 2019, (Tam Metin Bildiri)
- 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 Eylül 2019, (Tam Metin Bildiri)
- VIII. **BENLİK-MARKA BAĞININ MARKA SADAKATİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE MARKA AŞKI VE DENEYİMİNİN ARACILIK ROLÜ**
ERCİŞ A., AYKUT O. H., YILDIZ T.
GLOBAL BUSINESS RESEARCH CONGRESS, İstanbul, Türkiye, 30 - 31 Mayıs 2019, cilt.9, ss.285-294, (Tam Metin Bildiri)
- IX. **İLİŞKİSEL PAZARLAMA BOYUTLARININ MÜŞTERİ BAĞLILIĞIÜZERİNDEKİ ETKİSİ SHAMMOUT MODELİ DEĞERLENDİRMESİ**
ERCİŞ A., EIVAZZADEH S., TÜRK B., ORKAN S.
24.Pazarlama Kongresi, Türkiye, 1 - 04 Mayıs 2019, (Tam Metin Bildiri)
- X. **Selfless or Skeptical Consumer?**
ERCİŞ A., ÇELİK B.
THE 14TH INTERNATIONALSTRATEGIC MANAGEMENTCONFERENCE, 12 - 14 Temmuz 2018, (Tam Metin Bildiri)
- 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 Temmuz 2018, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018, (Özet Bildiri)
- XIV. **Geniştirilmiş Amaca Yönelik Davranış Modeli ile Çevreci Ürün Satın Alma Niyetinin İncelenmesi**
ERCİŞ A., TÜRK B.
23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018, (Tam Metin Bildiri)
- XV. **IMPACT OF VALUE PERCEPTIONS ON LUXURY PURCHASE INTENTIONS: MODERATING ROLE OFCONSUMER KNOWLEDGE**
ERCİŞ A., ÇELİK B.
4th Global Business Research Congress, 24 - 25 Mayıs 2018, (Tam Metin Bildiri)
- 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 Mayıs 2018, (Özet Bildiri)

- 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, Türkiye, 3 - 05 Mayıs 2018, ss.30, (Özet Bildiri)
- 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 Mayıs 2018, (Özet Bildiri)
- 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, Türkiye, 26 - 28 Nisan 2018, (Özet Bildiri)
- 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 Nisan 2018, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 9 - 11 Kasım 2017, (Tam Metin Bildiri)
- 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 Kasım 2017, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 9 - 11 Kasım 2017, ss.78-88, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 9 - 11 Kasım 2017, ss.78-88, (Tam Metin Bildiri)
- XXV. **Marka Kişiliğinin Marka Sadakati Üzerindeki Etkisinde Ürün İlgileniminin Düzenleyici (Moderatör) Rolü**
ERCİŞ A., ENGİN Y., TÜRK B.
22. Pazarlama Kongresi, Türkiye, 28 - 30 Eylül 2017, (Tam Metin Bildiri)
- 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 Mayıs 2017, ss.28, (Özet Bildiri)
- 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 Ekim 2016, (Özet Bildiri)
- 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 Ekim 2016, (Tam Metin Bildiri)

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

ERCİŞ A., DEVECİ F. G., DELİGÖZ K.

4th International Conference on New Challenges in Management and Business, İzmir, Türkiye, 5 - 06 Eylül 2016, (Tam Metin Bildiri)

XXX. MATERIALISM AND ITS ASSOCIATED CONCEPTS

ERCİŞ A., TÜRK B.

4th International Conference on New Challenges in Management and Business, 5 - 06 Eylül 2016, (Tam Metin Bildiri)

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, Türkiye, 20 - 22 Mayıs 2016, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)

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

ERCİŞ A., Unalan M.

12th International Strategic Management Conference (ISMC), Antalya, Türkiye, 28 - 30 Ekim 2016, cilt.235, ss.701-708, (Tam Metin Bildiri)

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, Türkiye, 28 - 30 Mayıs 2015, ss.1081-1086, (Tam Metin Bildiri)

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

ERCİŞ A., Yılmaz M., Başar E.

19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gaziantep, Türkiye, 10 - 13 Ekim 2014, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)

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

ERCİŞ A., Yılmaz M., Başar E.

19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gaziantep, Türkiye, 10 - 13 Ekim 2014, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)

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, Bosna-Hersek, 1 - 03 Mart 2014, cilt.1, ss.187-222, (Tam Metin Bildiri)

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, Bosna-Hersek, 1 - 03 Mart 2014, cilt.1, ss.187-222, (Tam Metin Bildiri)

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

ERCİŞ A., Başar E. E.

3rd European Marketing Conference, Frankfurt Am Main, Almanya, 15 - 16 Ağustos 2013, cilt.2, ss.1, (Tam Metin Bildiri)

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

ERCİŞ A., Başar E. E.

3rd European Marketing Conference, Frankfurt Am Main, Almanya, 15 - 16 Ağustos 2013, cilt.2, ss.1, (Tam Metin Bildiri)

XL. Tüketici Yenilikçiliğinin Moda Ürünleri Benimseme Eğilimi Üzerindeki Etkileri

ERCİŞ A., Türk B.

I. Uluslararası İşletme Yönetimi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kongresi, Baku, Azerbaycan, 25 - 28 Kasım 2012, cilt.2, ss.507-517, (Tam Metin Bildiri)

- XLI. Tüketici Yenilikçiliğinin Moda Ürünleri Benimseme Eğilimi Üzerindeki Etkileri**
ERCİŞ A., Türk B.
I. Uluslararası İşletme Yönetimi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kongresi, Baku, Azerbaycan, 25 - 28 Kasım 2012, cilt.2, ss.507-517, (Tam Metin Bildiri)
- 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, İspanya, 21 - 23 Haziran 2012, cilt.58, ss.1395-1404, (Tam Metin Bildiri)
- XLIII. Kültürel Uyum ve Orta Ölçekli İşletme Çalışanlarının Pazarlama Kültürüne Yönelik Tutumları: Erzurum'da Bir Uygulama**
ERCİŞ A., Özer S., YAPRAKLİ T. Ş.
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erzurum, Türkiye, 28 Haziran 2011 - 01 Temmuz 2011, ss.219-234, (Tam Metin Bildiri)
- XLIV. Kültürel Uyum ve Orta Ölçekli İşletme Çalışanlarının Pazarlama Kültürüne Yönelik Tutumları: Erzurum'da Bir Uygulama**
ERCİŞ A., Özer S., YAPRAKLİ T. Ş.
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erzurum, Türkiye, 28 Haziran 2011 - 01 Temmuz 2011, ss.219-234, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Fransa, 30 Haziran - 02 Temmuz 2011, cilt.24, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Fransa, 30 Haziran - 02 Temmuz 2011, cilt.24, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Rusya, 8 - 10 Temmuz 2010, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- XLVIII. Investigation of the effect of brand equity on switching cost in industrial markets**
Yılmaz M., ERCİŞ A.
EBES Conference, İstanbul, Türkiye, 1 - 03 Şubat 2010, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- XLIX. Investigation of the effect of brand equity on switching cost in industrial markets**
Yılmaz M., ERCİŞ A.
EBES Conference, İstanbul, Türkiye, 1 - 03 Şubat 2010, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 1 - 03 Ocak 2010, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 1 - 03 Ocak 2010, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LII. Kobilerin Tedarikçi Firmalara Yönelik Tatmin ve Bağlılık Düzeylerini Etkileyen Faktörler**
Deniz A., Biçer D., ERCİŞ A.
14. Ulusal Pazarlama Kongresi, Yozgat, Türkiye, 14 - 17 Ekim 2009, cilt.3, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LIII. Kobilerin Tedarikçi Firmalara Yönelik Tatmin ve Bağlılık Düzeylerini Etkileyen Faktörler**
Deniz A., Biçer D., ERCİŞ A.

14. Ulusal Pazarlama Kongresi, Yozgat, Türkiye, 14 - 17 Ekim 2009, cilt.3, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 14 - 17 Ekim 2009, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 14 - 17 Ekim 2009, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LVI. **Decision Making Styles And Personal Values Of Bosnian And Turkish Young People**
Ünal S., ERCİŞ A.
II. Scientific Conference MIBES, Larissa, Yunanistan, 4 - 06 Haziran 2008, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LVII. **Decision Making Styles And Personal Values Of Bosnian And Turkish Young People**
Ünal S., ERCİŞ A.
II. Scientific Conference MIBES, Larissa, Yunanistan, 4 - 06 Haziran 2008, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LVIII. **The Factors Which Affect Retail Loyalty A Model Study**
ÜNAL S., Yılmaz M., ERCİŞ A.
International Conference on Business Management and Economics, Erzurum, Türkiye, 1 - 04 Şubat 2008, ss.4, (Tam Metin Bildiri)
- LIX. **The Factors Which Affect Retail Loyalty A Model Study**
ÜNAL S., Yılmaz M., ERCİŞ A.
International Conference on Business Management and Economics, Erzurum, Türkiye, 1 - 04 Şubat 2008, ss.4, (Tam Metin Bildiri)
- LX. **DECISION MAKING STYLES AND PERSONAL VALUES OFYOUNG PEOPLE**
ERCİŞ A., Ünal S., BİLGİLİ B.
5th International Congress Marketing trends, İstanbul, Türkiye, 1 - 03 Şubat 2006, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LXI. **DECISION MAKING STYLES AND PERSONAL VALUES OFYOUNG PEOPLE**
ERCİŞ A., Ünal S., BİLGİLİ B.
5th International Congress Marketing trends, İstanbul, Türkiye, 1 - 03 Şubat 2006, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 30 Haziran - 02 Temmuz 2004, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- 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, Türkiye, 30 Haziran - 02 Temmuz 2004, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LXIV. **Alıcı Satıcı İlişkilerinde Güven Ve Oluşumuna Etki Eden Değişkenler Bir Uygulama**
Ünal S., ERCİŞ A.
8. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kayseri, Türkiye, 16 - 19 Ekim 2003, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LXV. **Alıcı Satıcı İlişkilerinde Güven Ve Oluşumuna Etki Eden Değişkenler Bir Uygulama**
Ünal S., ERCİŞ A.
8. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kayseri, Türkiye, 16 - 19 Ekim 2003, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LXVI. **Kültürel Uyum ve Orta Ölçekli İşletme Çalışanlarının Pazarlama Kültürüne Yönelik Tutumları**
ERCİŞ A., Ünal S., Yapraklı Ş.
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erzurum, Türkiye, 28 Haziran - 01 Temmuz 2001, cilt.3, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LXVII. **Kültürel Uyum ve Orta Ölçekli İşletme Çalışanlarının Pazarlama Kültürüne Yönelik Tutumları**
ERCİŞ A., Ünal S., Yapraklı Ş.
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erzurum, Türkiye, 28 Haziran - 01 Temmuz 2001, cilt.3, ss.1, (Tam Metin Bildiri)
- LXVIII. **KOBİlerde Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri**
ERCİŞ A.

I. İktisat ve İşletme Sempozyumu, Erzurum, Türkiye, 20 - 22 Nisan 1987, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)

LXIX. KOBİlerde Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri

ERCİŞ A.

I. İktisat ve İşletme Sempozyumu, Erzurum, Türkiye, 20 - 22 Nisan 1987, cilt.1, ss.1, (Tam Metin Bildiri)

Desteklenen Projeler

ERCİŞ A., YILDIZ T., DEVECİ F. G., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Tüketicilerin Kişisel Değerlerinin Bireysel Faktörlere ve Organik Ürünlere Yönelik Tutumları Üzerine Etkisi, 2018 - 2019

ERCİŞ A., DAĞCI BÜYÜK H., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, SÜRDÜRÜLEBİLİR GİYİ SATIN ALMADA ETİK UNSURLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ: SOSYAL AĞ KULLANICILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA, 2017 - 2019

ERCİŞ A., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, "HANE HALKLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞLARININ ÖLÇÜLMESİ", 2015 - 2016

ERCİŞ A., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, ETİK ÇERÇEVESİNDE TÜKETİM, TÜKETİCİ VE ÇEVRE: EKOLOJİK OKURYAZARLIĞIN MODERATÖR ROLÜ, 2015 - 2016

ERCİŞ A., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, "TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİNİN BOYUTLARI İLE YENİLİKÇİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER:KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA.", 2010 - 2012

Bilimsel Yayınlarda Hakemlikler

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ocak 2019

Eurasian Journal of Forest Science, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ocak 2019

Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Ocak 2019

Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ocak 2019

Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi , Hakemli Bilimsel Dergi, Ocak 2019

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ocak 2019

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ocak 2019

İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ocak 2019

Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ocak 2018

Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi , Hakemli Bilimsel Dergi, Ocak 2018

Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , Hakemli Bilimsel Dergi, Ocak 2010

Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , Hakemli Bilimsel Dergi, Ocak 2010

Metrikler

Yayın: 208

Atıf (WoS): 126

Atıf (Scopus): 40

H-İndeks (WoS): 4

H-İndeks (Scopus): 2