

06 Ekim 2016–Perşembe / 06th October 2016 - Thursday		
09:00	18:00	Kayıt İşlemleri / Registration
09:00	11:00	Doktora Kolokyumu II / Doctoral Colloquium II
Başkan / Chair	B. Zafer Erdoğan	Bülent Aydın - Etnik Restoran, Mutfak ve Ülke İmajının Ülkeyi Ziyaret Etme Niyetine Etkisinin İncelenmesi: Türk Restoranları Örneği
		Mehmet Ozan Karahan - Dijital Korsanlıkta Planlı Davranış Teorisi ve Etik Kavramının Etkisi
		Adnan Kara - Uluslararası Pazar Bölümlendirme ve Konumlandırma Stratejilerinin İhracat Performansına Etkisi: Türk İhracatçıları Üzerine Bir Araştırma
		Semra Doğan Çifci - Marka-Ünlü Uyumunun Reklam Etkinliğinde İçselleştirme ve Özdeşleşmenin Rolü
12:00	13:00	Öğle Yemeği / Lunch
13:00	13:30	Otobüs Transfer (Dumlupınar Üniversitesi Kampüsü)
14:00	15:00	Açılış Konuşmaları / Opening Speeches Prof. Dr. Remzi Gören – Dumlupınar Üniversitesi Rektörü, 21. Pazarlama Kongresi Onursal Başkanı Aydın Kayabaşı – 21. Pazarlama Kongresi Düzenleme Kurulu Başkanı Canan Madran – Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği Başkanı Mutlu Gül –Türkiye Petrolleri Petrol Dağıtım A.Ş. Genel Müdürü “Türkiye’de Petrol Sektörü ve Pazarlaması”
15:00	16:00	Nükhret Vardar, Murat Kolbaşı ve Mustafa Tanyeri - "Markalar Fısıldıyor (MF) başlıklı Proje Kapsamında Vaka Analizi - Pazarlamada Değer Zinciri Yaratmak: Hızlı Balık, Büyük Balığı Geçer".
16:30	17:30	Ömer Torlak – Rekabet Kurulu Başkanı “Pazarlama, Rekabet ve Ahlak”
18:00	18:30	Otobüs Transfer
20:00		Akşam Yemeği (Gülümser Hatun Oteli)
07 Ekim 2016 – Cuma / 07th October 2016 - Friday		
09:00	18:00	Kayıt İşlemleri / Registration
09:00	10:40	Paralel Oturumlar -I / Parallel Sessions - I (Salon 1)
Başkan / Chair	Meltem Nurtanış Veliöğlu	Funda Bayrakdaroğlu, Mehmet Marangoz & Aytekin Fırat - Tüketim Tarzı Olarak Vejetaryenlik: Vegan ve Vejetaryen Tüketicilerin Davranışlarına İlişkin Netnografik Bir İnceleme
		Ş. Sinem Atakan & Mina Seraj - Evde Yemek Hazırlama Davranışının Tüketici Motivasyonu Yönünden İncelenmesi
		Lütfiye Can & Nihat Kaya - Facebook’a Olan Psikolojik Bağımlılık ve Facebook Reklamlarına Yönelik Tutuma Etkisi
		Volkan Özbek & Aycan Külahlı - Tüketicilerin İlgilenim, Memnuniyet ve Sadakat Düzeyleri Cinsiyete Göre Değişmekte Midir?
		Hatice Aydın - Marka Aşkının Değerlendirilmesi: Beyaz Eşya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma

09:00	10:40	Paralel Oturumlar -I / Parallel Sessions - I (Salon 2)
Başkan / Chair	Müge Arslan	Tahsin Perçin Batum & Nezihe Figen Ersoy - B2B İçin Sosyal Medyada Yeni Fırsat: Instagram ve Türkiye'deki Öncüler
		Arzu Seçer & Faruk Emeksiz - Adana İli Kentsel Alanda Tavuk Etinde Gıda Güvenirliği Algısı ve Ödeme Gönüllülüğü
		Ayşe Bengi Özçelik, Bayram Arslanoğlu, Elif Karaosmanoğlu & Ayşe Banu Elmadağ Baş - Hizmet Hatalarının Telafi Edilmesine Yönelik Çözümlerin Tüketicilerin Satın Alma Sonrası Tutumlarına Etkisi: Düzenleyici Odak Teorisi Yaklaşımı
		Tutku Eker İşcioglu - Sanal Market Alışverişi Niyetinin Sürekliliğini Etkileyen Unsurlar ve Bir Model Önerisi
		Işık Özge Yumurtacı Hüseyinoğlu - Bütüncül Kanal Stratejisinin İncelenmesi: Gıda Perakendecisinden Bulgular
09:00	10:40	Paralel Oturumlar -I / Parallel Sessions - I (Salon 3)
Başkan / Chair	Kaan Varnalı	Ayşen Coşkun & İbrahim Taylan Dörtüol - “Daha Kişiselleştirilmiş Kararlar”: İnteraktif Tüketici Karar Yardımcılarının Kullanımının Tespiti
		Burcu Gümüş & Eser Telci - Değişen Tüketici Kültüründe Yeni Trend: Ortak Tüketim
		Murat Burucuoğlu & Evrim Erdoğan - Ticari Müşterilerin Mobil Bankacılık Adaptasyonları Üzerine Bir Araştırma
		Fatih Doğan & Metehan Tolon - Mobil Pazarlama Uygulamaları ve Ankara'daki Kullanıcıların Uygulama İçerik Mobil Gösterim Reklamlarına Karşı Tutumu
		Hasan Gedik & Mehmet Etlioğlu - Elektronik Pazaryerlerinde Hizmet Kalitesi; Emlak Pazarlaması Üzerine Bir Çalışma
09:00	10:40	Paralel Oturumlar -I / Parallel Sessions - I (Salon 4)
Başkan / Chair	Sevgi Ayşe Öztürk	Buket Bora Semiz - A ve B Tipi Kişilik Özelliklerine Göre Tüketicilerin Plansız, Kompulsif ve Hedonik Satın Alma Davranışlarının Araştırılması
		Nurettin Ozan Bakır, Gözde Güsan & Özge Güvendik - Sadakat Kartlarına Yeni Bir Bakış Açısı: Hopi (Alışverişin App'i) Üzerine Bir Araştırma
		Fatma Hilal Ergen Keleş, Özge Demir, Ayşe Banu Elmadağ Baş & Elif Karaosmanoğlu - “Ucuz Etin Yahnisi!”: Tüketicilerin İndirim Dönemlerinde Ürün Hatalarına Karşı Tepkileri
		Pınar Bacaksız - Inbound Pazarlamada Sosyal Medya ve Kadın Tüketicilerde Satın Alma Davranışına Olan Etkisi
		Erdal Ünsalan & Mustafa Ünsalan - Showrooming: Mağaza İstismarı
10:40	11:00	Kahve ve Çay Molası / Coffee Break
11:00	11:40	Cengiz Yılmaz - Pazarlama Bilgisi Üretiminde Nicel-Nitel Araştırma Ayrımı: Olmalı mı Olmamalı mı? (Salon 3)
11:40	13:20	Öğle Yemeği / Lunch
13:20	15:00	Paralel Oturumlar - II / Parallel Sessions– II (Salon 1)
Başkan / Chair	Sevtap Ünal	Bengü Sevil Oflaç & Dursine Melis Özdemir - Analysis of Big Data on Twitter for an Airline Company
		Ramazan Yavuz & Ayşegül Toker - Impact of Social Media Tools on Brand Awareness and Attitude: An Exploratory Study
		Lena Cavuşoğlu & Deniz Atik - Making a Career out of Fashion Blogging
		Duygu Fırat & Şenol Haciefendioğlu – The Effect of Consumers Purchasing Behavior on Post-Purchase Behavior in Blog Sites
		Aysu Göçer & Ceren Altuntaş Vural - Online Technologies In Social Marketing

13:20	15:00	Paralel Oturumlar - II / Parallel Sessions - II (Salon 2)
Başkan / Chair	Mehmet Marangoz	Behçet Yalın Özkara & Muhammet Ali Tiltay - Bağış Amaçlı Online Ürün Satın Alma: Bağış Motivasyonları ve Online Satın Alma Unsurlarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Rolü
		Ömer Torlak, Muhammet Ali Tiltay, Mahmut Sami İşlek & Ufuk Ay - Türkiye'de Kar Amaçsız Örgütlerde Pazarlama Çalışmaları (1999 – 2015): Merkez-Çevre İlişkisi Bağlamında Mevcut Durum ve Yönelimler
		Banu Atrek & Canan Madran , Ulusal Alan Yazınında Sürdürülebilir Tüketim: Tüketici Perspektifinden Sistemik Derleme Çalışması
		Şeyda Gürkaynak, Nilüfer Sezen Doğan, Süleyman Barutcu & Selçuk Burak Haşiloğlu - Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanım Sıklıklarına Göre Değişim Süreci: Akademisyenler ve Öğrenciler Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma
		Bilge Aykol, Manolya Aksatan, Zehra Gökçe Sel & İlayda İpek - Kültürel Miras Alanı Ziyaretinde Akış: Ziyaretçilerin Eğitim ve Kaçış Deneyimlerinin Etkileri
13:20	15:00	Paralel Oturumlar - II / Parallel Sessions - II (Salon 3)
Başkan / Chair	Burcu Candan	Naci Büyükdag, Ayça Kangal Demir & Olgun Kitapçı – E-Tatminin Web Ara Yüz Özellikleri ile E-Bağlılık Arasındaki İlişkiye Aracılık Etkisi
		Lütfiye Can & Onur Maçka - Sosyal Medya Reklamlarının Yaratıcılığının ve Reklama Yönelik Tutumun Satın Alma Niyetine Etkisi
		Tuğba Kılıçer & Elif Boyraz - Selfie Çağı Narkissosları ve Sosyal Medya Nehrindeki Akisleri: Narsistik Kişilik ve Kişisel Markalama Üzerine Bir Araştırma
		Buket Bora Semiz & Remzi Altunışık - Showrooming Davranışının Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde İncelenmesine Yönelik Bir Model Önerisi
13:20	15:00	Paralel Oturumlar - II / Parallel Sessions - II (Salon 4)
Başkan / Chair	Mehpare Tokay Argan	Emel Kurşunluoğlu Yarimoğlu & Eda Yaşa Özeltürkay - Çevrimiçi Tüketici Görüşlerinin Etkiler Hiyerarşisi ile İncelenmesi: DAISAMS Modeli Önerisi
		Alparslan Özmen & Ahmet Alp Eken - Dijital Pazarlamada Geleceğin Yöntemi Olarak Sanal Giyinme Kabinlerinin Yaygınlaşması
		Mehmet Marangoz, Funda Bayrakdaroğlu & Ali Emre Aydın - Tüketimde Alternatif Bir Yaklaşım Olarak Paylaşım Ekonomisi: Ortak Kullanım Ağlarının İçerik Analizi İle İncelenmesi
		Nurcan Yücel & Lokman Kızıkan - Sosyal Medyanın Tüketici Satın Alma Karar Sürecinin Demografik ve Sosyo-Ekonomik Özellikler Açısından İncelenmesi
		Yener Girişken & Tuna Çakar – Reklam Filmlerinde Dış Ses Etkisinin Optik Beyin Görüntüleme Cihazıyla Saptanması
15:00	15:20	Kahve ve Çay Molası / Coffee Break / (PPAD Üye Buluşması/PPAD Meeting)
15:20	17:00	Paralel Oturumlar - III / Parallel Sessions - III (Salon 1)
Başkan / Chair	Nurhan Papatya	İbrahim Kırcova & Şirin Gizem Köse - Televizyon Dizileri ve Filmlerde Ürün Yerleştirmeye Yönelik Genç Tüketicilerin Tutumlarına İlişkin Bir Nitel Araştırma
		Gökhan Aydın - Kişiselleştirme ve Sosyal Medya Reklamlarına Tutum Oluşumu
		Banu Külter Demirgüneş & Mutlu Yüksel Avcılar - Mobil Reklam Değeri ve Akış Deneyiminin Mobil Reklamları Kabullenme Üzerindeki Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma
		Meltem Öztürk, T. Perçin Batum & Figen Ersoy - Konut Markaları Pazarlama İletişiminde Sosyal Medyayı Nasıl Kullanıyor?: Bir İçerik Analizi
		Betül Çal - Pazarlama Yatırımlarının Verimliliğinin Sektörel Bazda İncelenmesi: BİST Örneği

15:20	17:00	Paralel Oturumlar - III / Parallel Sessions - III (Salon 2)
Başkan / Chair	Mustafa Tanyeri	Ebru Sürücü & Gül Denктаş Şakar – Exploring The Alignment Between The New Service Development and Service-Dominant Logic: A Grounded Theory Study Of Logistics Service Providers’ Perspective
		Erhan Demirbaş & Gamze Arabelen - Impacts of Gamification on Logistics and Supply Chain Education: Chip Supply Case Study
		Forrest Watson & Ahmet Ekici - Enhancing Consumer and Producer Well-Being Through Alternative Economies and Sustainable Marketing
		Murad Canbulut & Deniz Atik - Is it Possible to Improve The Quality of Life of “Labeled As Disabled (LAD)” People Through Marketing?
		Enis Yakut - Role of Balance Theory on Celebrity Endorsement: Effect of Pre-Existing Attitudes
15:20	17:00	Paralel Oturumlar - III / Parallel Sessions - III (Salon 3)
Başkan / Chair	Aydın Kayabaşı	Bahtışen Kavak, Şerife Kazancı & Neslişah Taner - Yeniliği Benimseyen Kategorilerinin Bütüncül ve Analitik Düşünme Açısından Farklılıkları: Akıllı Telefonlar İçin Bir İnceleme
		Şuayıp Özdemir, Fikret Yaman & Semih Açıkgozöğlü - Hanehalkı Tüketiminde 2002-2013 Yılları Arası Değişimler: Afyonkarahisar Örneği
		Bengü Sevil Oflaç, Aysu Göçer & Ayben Çelik - Alışverişin “Baba” Hali: Baba Olmakla Değişen Tüketim Alışkanlıklarını Belirlemeye Yönelik Nitel Bir Araştırma
		Deniz Zeren & Nilüfer Gökdağlı - Tüketicilerin Sanal Kompulsif Satın Alma Davranışlarının Araştırılması
15:20	17:00	Paralel Oturumlar - III / Parallel Sessions - III (Salon 4)
Başkan / Chair	Gülpinar Kelemci	Aysun Kahraman & Canan Ay - Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ürün Krizi Döneminde Müşterilerin Atfetme Sürecine Etkisi
		İbrahim Arısal - Postmodern Bir Mecra Olarak Ekşi Sözlükte Pazarlama Kavramının Algılanma Biçimlerine Yönelik Bir İçerik Analizi
		Aykan Candemir, Ali Erhan Zalluhoğlu, Ash Diyadin & Cihat Karşı - Öğrencilerin Mobil Kozalanma (Mobile Cocooning) Davranışlarının Analizi: İzmir Örneği
		Zehra Bozbay & Bahman Huseynli - Mobil Müşteri İlişkileri Yönetimine İlişkin 2005-2016 Yılları Arasında Yayınlanmış Makalelerin İçerik Analizi İle İncelenmesi
		Gülmüş Börühan, Işık Özge Yumurtacı Hüseyinoğlu & Pervin Ersoy - Perakendecilerin Perspektifinden Değişen Perakendecilik ve Müşteri Algısına Yönelik Bir Araştırma
17:00	17:40	B. Zafer Erdoğan – Pazarlama Akademisi Biz Kimiz? Ne yapıyoruz? (Salon 3)
17:40	18:00	Dergi Editörleri ile Buluşma
19:00	19:30	Otobüs Transfer
20:00		Gala Yemeği (Kütahya Hilton Garden Hill Hotel)
08 Ekim 2016 – Cumartesi / 08thOctober 2016 – Saturday		
09:00	10:40	Paralel Oturumlar - IV / Parallel Sessions - IV(Salon 1)
Başkan / Chair	Durmuş Ali Deveci	Mustafa Bilgehan Kutlu & Celal Hakan Kağmıçoğlu - Algılanan Risk ve Tüketici Etnosentrizm Eğiliminin Yerli Marka Cep Telefonlarına Karşı Tutum Üzerinde Etkisi
		Fatma Selin Sak & Ümran Ünder - Uçuş Korkusu Yaşayan Yolculara Yönelik Uygulanan Pazarlama Stratejileri
		Selma Kalyoncuoğlu & Emel Faiz - Müşterilerin Sadakat Geliştirme Eğilimlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Akıllı Telefon Kullanıcıları Üzerinde Bir Araştırma
		Hasan Hüseyin Ceylan, M. Yasir Altıntop & Müfit Aydın - Genç Tüketicilerin Satın Alma

		Karar Sürecinde Ret Seti Seçim Kriterlerinin İncelenmesi
09:00	10:40	Paralel Oturumlar -I V / Parallel Sessions - IV(Salon 2)
Başkan / Chair	Ercan Taşkın	Yavuz Akçi - Fiyat Algısında Zihinsel Muhasebe ve Tüketici Tercihi
		Volkan Yakın & İdil Kaçar - Paylaşım Ekonomisine Yönelik Nicel Bir Araştırma: Türk Tüketicileri Açısından Airbnb Örneği
		Deniz Ünal Adıgüzel & Süleyman Barutçu - Sevimlilik Algısının Satın Alma Davranışlarına Etkisi: Denizli’de Bir Araştırma
		Seden Doğan, Mehtap Yücel & Abdullah Tanrısevdi - Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının İçerik Analizi Yoluyla İncelenmesi: Kuşadası’ndaki Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma
09:00	10:40	Paralel Oturumlar - IV / Parallel Sessions - IV(Salon 3)
Başkan / Chair	Cengiz Yılmaz	Başar Altuntaş & Mustafa Halid Karaarslan - Mobil Oyun Tercihinde Etkili Faktörlerin Düzeylerinin Önem Derecelerinin Belirlenmesi
		Volkan Doğan - Anket Verisine Güvencenebilir miyiz? : İdeal Cevaplama Süresi ve Cronbach’s Alpha Yanılgısı
		Tuğçe Aksoy, Çetin Kalburan, Duygu Koçoğlu & Selçuk Burak Haşıloğlu - Cinsiyet Kimliğine Göre Cevaplama Eğilimi Var mıdır?
		Esra Doğan, Lena Çavuşoğlu & Tuğba Örtten Tuğrul -Pazarlama Alanındaki Sosyal Medya Konulu Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi
09:00	10:40	Paralel Oturumlar - IV / Parallel Sessions - IV(Salon 4)
Başkan / Chair	Elif Karaoşmanoğlu	Ramazan Kurtoğlu & Alperen Timuçin Sönmez - Marka İmajı ve Pozitif Ağızdan Ağıza İletişim (WOM) İlişkisi: Marka Sadakatının Aracılık Rolü
		Erkan Yıldız & M. Enis Koç - Marka Mirası ve Marka Güveninin Satınalma Niyeti, Müşteri Tatmini Ve Marka Sadakati Üzerindeki Etkileri
		Tuba Özsevinç, Berna Tari Kasnakoğlu & Jansanem Jular - Kişi Markasını Oluşturan Faktörler: Siyasetçi, Sanatçı ve Doktor Mesleklerinde Bir Uygulama
		Tülay Girard, Musa Pınar, İlayda İpek & Nilay Bıçakcıoğlu - Özel Markalı Ürünlerin Tüketici Temelli Marka Değeri: İki Ülkede Ampirik Bir Karşılaştırma
		Musa Pınar, Sinan Nardalı, Tülay Girard & Sanem Alkibay - Türkiye Süper Ligi’nin Marka Değerini Etkileyen Faktörlerin Öneminin ve Performansının Değerlendirilmesi
10:40	11:00	Kahve ve Çay Molası / Coffee Break
11:00	12:40	Paralel Oturumlar - V / Parallel Sessions - V(Salon 1)
Başkan / Chair	Metehan Tolon	Ömer Sezai Aykaç & Aykut Yılmaz - Taraftar Özdeşliğinin Marka İmajına Etkisinde Sponsora Karşı Tutumun Aracı Rolü
		Süleyman Barutçu & Melda Tomaş - Duyusal Pazarlama ve Duyusal Etkileşimin Ürün Algılamalarına Etkisi: Yumuşatıcı Ürününde Bir Araştırma
		Emine Şenbabaoğlu & Emre Şahin Dölarslan - E-Müşteri Tatmini, E-Wom ve E-Müşteri Değeri: E-Müşteri Değeri’nin Düzenleyici Etkisinin Araştırılması
		Ali Çağlar Çakmak & Bekir Özkan - Kargo Firmalarının Sunduğu Hizmetlerin Önem-Başarım Analizi İle Değerlendirilmesi: İnteraktif Bir Uygulama

11:00	12:40	Paralel Oturumlar - V / Parallel Sessions – V (Salon 2)
Başkan / Chair	Zelilha Eser	Umut Kubat – Brand Interactions In Social Media: The Role Of Personality Traits
		Ela Arı, Koen Pauwels & Sinem Atakan – The Effect of Service Satisfaction, Reputation, Distance and Discount on Repurchase and Word-Of-Mouth: An Experimental Study
		Onur İzmir - Country of Origin Image, Brand, Price and Familiarity Effects on Consumers' Subjective Evaluations and Purchase Intention
		Ebru Genç & Shih-Ching (Trista) Wang – The Interaction Between Country-of-Design and Country-of-Manufacturing in Case of Different Consumption Context
		Özge Özgen & Pınar Bağdatlıoğlu – Exploring the Cultural Animosity of German-Turks: A Comparison of Generations
		Neslihan Paker & Serim Paker - A Preliminary Study on The Motivation Factors for Blue Voyage Purchase Intention
11:00	12:40	Paralel Oturumlar - V / Parallel Sessions – V (Salon 3)
Başkan / Chair	Sinan Nardalı	Ayşe Bengi Özçelik, E. Eser Telci & Şebnem Burnaz - Mobil İnternet, Tüketici Materyalizmi ve Alışveriş Bağımlılığı: Alışveriş Motivasyonlarının Düzenleyici Etkisi Üzerine Bir Araştırma
		Mustafa Karadeniz, Güzide Öncü Eroğlu Pektaş, Mehmet Yüksel & Ahmet Durmaz - E-Pazarlama Karmaşasının Değerlendirilmesi ve Online Alışverişte Müşteri Memnuniyetine Etkisinin İncelenmesi
		M. Nedim Bayuk & Abdullah Öz - Nesnelerin İnterneti ve İşletmelerin Pazarlama Faaliyetlerine Etkileri
11:00	12:40	Paralel Oturumlar - V / Parallel Sessions - V(Salon 4)
Başkan / Chair	Tülin Ural	İsmail Tamer Toklu - Sınırdaki Yabancılar Yapılan Satışların İhracat Performansı Açısından İncelenmesi: Sarp Bölgesinde Nicel Bir Araştırma
		Ahmet Bayraktar - Ülke Değeri Marka Değerini Nasıl Etkiler? Menşe Ülke Etkisine Yeni Bir Yaklaşım
		Bilge Aykol, İlayda İpek & Nilay Bıçakcıoğlu - Deneyimsel Bir Ürünün Kültürel Uyarlaması: Türkiye'deki Amerikan Televizyon Dizileri Üzerine Bir Vaka Çalışması
		Merve Coşkun, Fatma Hilal Ergen Keleş & Şebnem Burnaz - Türkiye ve Türk Ürünlerine Yönelik Ulusal Kalıp Yargı Etkisi
14:00	18:00	Sosyal Program (Kütahya Şehir Gezisi ve Antik Kent Ziyareti)